

دليل المنظمات غير الحكومية
إنشاء الحملات الإعلانية على تويتر

المحتويات

أُجريَ آخر تحديث لهذا الدليل في يناير 2017. وجميع المعلومات الخاصة بالمنتجات والسياسات الواردة في الدليل دقيقة في وقت كتابته، وهي عرضة للتغيير.

المقدمة

يتيح تويتر للأفراد أو المنظمات غير الحكومية (NGO) خدمات البث والتفاعل مع المستخدمين الآخرين والاستماع إليهم. فهو بمثابة فضاء عام عالمي عبر الإنترنت، ومنصة يتواصل من خلالها فرد أو جهة مع العديد من الأفراد أو الجهات، حيث تجري المحادثات التي تشكل الآراء.

سيساعدك هذا الدليل في تحقيق أفضل استفادة ممكنة من هذه الأداة الفريدة. فهي أداة تلبي على وجه الخصوص احتياجات المنظمات غير الحكومية والمؤسسات التي تعتمد على مشاركة المتطوعين والنشطاء في تحقيق أهدافها.

سيساعدك تويتر في الإعلان عن أنشطتك وإبلاغ الأفراد الذين قد ينجذبون بصورة طبيعية إلى مؤسستك ومن ثم التفاعل معهم، وفي الوقت نفسه سيتيح لك أيضًا الوصول إلى أولئك الذين ربما لم يظنوا قط أنهم سيشاركون في المجتمع المدني. وإذا حالفك الحظ، فربما تجد أيضًا أن الرسالة المناسبة في توقيتها ذات الصياغة الجيدة تحقق صدًى واهتمامًا خاصًا على المستوى الدولي.

مهما كان مستوى طموحك على تويتر، ففريق "السياسة العامة" لدينا متاح لمساعدتك في كل خطوة تخطوها على الطريق. ونتمنى لك ولقضيتك التي تناضل من أجلها حظًا موفقًا.

@policy
@nonprofits
@twitterforgood
@TwitterSafety

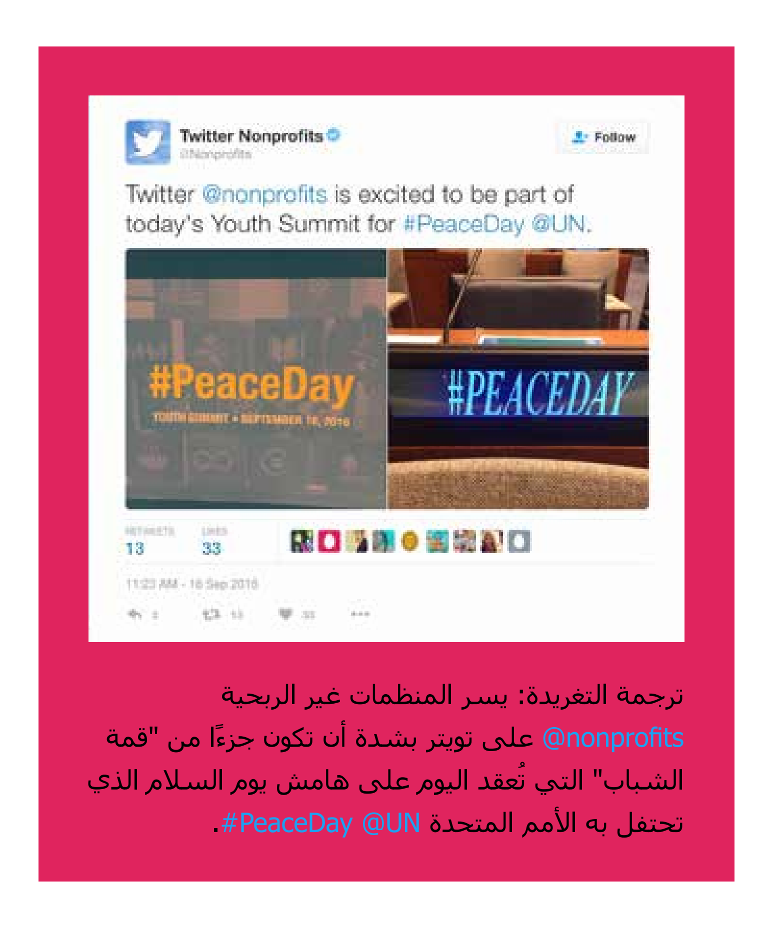
إنشاء الحملات الإعلانية على تويتر

الأساسيات: تفاصيل كتابة التغريدات وكيفية نشرها

الأساسيات: تفاصيل كتابة التغريدات وكيفية نشرها

؟اقرؤهي نمو دات؟يغرتر الهظت نيأ
بعقاتم نوال خر نومدختسمال عطيتسي ،كفة إلى ذلار. إضتيوت ىلع يصخالش كفلى ملع مةاعلال كتالسر نشرُت ،ةديرغت بتكت امدنع
.رتيوت إلى لخودال اهفي نولجسي ةمر لك يف مهة بصاخالزمنية ال ططوخى اللع ائيًاقلت كتاديرغت رهظت ثبحي كباسح

280
.النصية لئاسالر يبه ف حومسمال فرحد الأدع دح عم بسانتتل اة خصيصًمولة مصممح فتواه مةدخك الأمر ئداب ىر فتيوت ىئشنأُ
ةالنصية القصير لئاسية الرصابه خ فتاه يى ألع لمعي رتيوت لزاي لا ،يلاالح انتقو يفوSMSبسامنو اعيًرسر رتيوت لعجي زاجيلإاف .)اً
.اهليصوت نوديري يتالرئيسية ال راى الأفكاع يزكرتال بنإلى ج ،لاالح يات فديرغت بةاتك ىلع الأفراد عيجشت لخلا نم مدائ لبشك (



ترجمة التغريدة: يسر المنظمات غير الربحية @nonprofits على تويتر بشدة أن تكون جزءًا من "قمة الشباب" التي تُعقد اليوم على هامش يوم السلام الذي تحتفل به الأمم المتحدة @UN #PeaceDay.

تفاصيل التغريدة
يساعدك تويتر في إنشاء الأفكار والمعلومات ومشاركتها في الحال دون أي عوائق. فهو أسهل طريقة لمتابعة الموضوعات المتداولة والأحداث والأخبار العاجلة التي تتصدر العناوين حول العالم، وفي الوقت نفسه فإنه يساعدك أيضًا في البقاء على اتصال بالموضوعات الأقرب إلى حد ما بالوطن أو المكان الذي تعيش فيه: الأصدقاء والعائلة والأعمال التجارية والقضايا الاجتماعية القريبة إلى قلبك. وقبل البدء، من المفيد تعلم بعض المفردات الخاصة.

اهصن فورح ددصى لعقاألأ دالح غلبيو ،طابورو ويدفي عطامقو روص ىلع يوتحت دق رتيوت ربع نشرُت لةاسر **:ةديغرت**رف280 **الح** اً.

تغريد، جارٍ التغريد، تم التغريد: عملية إرسال تغريدة.

صورة الملف الشخصيّ: الصورة الشخصية التي يتم تحميلها إلى ملفك الشخصي على تويتر.

اسم حساب تويتر: الاسم الذي يظهر في حسابك. فكّر فيما إذا كنت تريد استخدام اسمك الحقيقي أم هوية ما أخرى.

اسم المستخدم على تويتر: اسم المستخدم الخاص بك هو هويتك الفريدة على تويتر ودائمًا ما يكون مسبوقًا بالرمز @. وتستخدم العلامة @ أيضًا للإشارة إلى مستخدمين آخرين في التغريدات، مثل "مرحبًا @Twitter!" ولا يلزم أن يكون اسم حسابك هو اسم المستخدم نفسه الذي تستخدمه.

الختم الزمنيّ/تاريخ التغريدة: تخبرك هذه الخاصية بوقت إرسال التغريدة. انقر فوق التاريخ أو الوقت لعرض صفحة الرابط الثابت للتغريدة.

ةديرغتلا صن: عست ةحاسم يف ةديرغت لك ءاوتحا متي 280وأ نناوع ةيسيئرو ةركف ضرعل امامت بسانم مجحلا اذهو - لقأ وأ افرح
ةيئنظة آحملا.

الروابط: يمكنك وضع روابط لمواقع إلكترونية ومقالات وصور ومقاطع فيديو أخرى في التغريدة (يُقصِّر تويتر الروابط تلقائيًا).

الوسوم: الوسم (أو ما يُعرف بالهاشتاج) هو أي كلمة أو عبارة تُسبق مباشرة بالرمز #. وعندما تنقر فوق وسم ما، سترى التغريدات الأخرى التي تحتوي على الكلمة المفتاحية أو الموضوع ذاته.

إجراءات التغريد: يوجد ثلاث أيقونات في تويتر تتيح لك اتخاذ إجراء ما والتفاعل مع التغريدة، وتتمثل هذه الأيقونات في: "إعادة تغريد" و"ردّ" و"تفضيل".

الخط الزمني في تويتر: الخطّ الزمنيّ هو تدفق التغريدات في الوقت الحقيقي. والخطّ الزمنيّ لصفحتك الرئيسيّة هو المكان الذي ترى فيه جميع التغريدات التي شاركها أصدقاؤك ومستخدمون آخرون تتابعهم.

النبذة التعريفيّة في تويتر: النبذة التعريفيّة الخاصة بك هي وصف قصير (حتى 160 حرفًا) يظهر في ملفك الشخصي، وتُستخدم هذه النبذة لوصف شخصيتك على تويتر. تواصل مع المستخدمين الآخرين من خلال مشاركة المهمة التي تقوم بها منظمتك والطرق التي يمكنهم من خلالها المشاركة في هذه المهمة. أضف رابطًا إلى موقعك الإلكتروني بحيث يمكنهم اتخاذ الخطوة التالية. استخدم الكلمات المفتاحية وأسماء المستخدمين الخاصة بالحسابات والوسوم لزيادة فرص ظهور حسابك في عمليات البحث.



طريقة نشر التغريدة

:ةديغرتنشر ال

"Tweet.يـصخالشـ كـفلى ملع ةديرغتنشر الُتسـ اهدنعو .)ديرغت(" 280



الرد على مستخدم آخر:

1. حدد الأيقونة "reply" (ردّ) في التغريدة.
2. سيظهر حينها اسم المستخدم الخاص بأي فرد تتم الإشارة إليه في التغريدة التي ترد عليها في المربع "Reply to" (الرد على).
3. إذا أردتَ إضافة المزيد من أسماء المستخدمين، فما عليك سوى كتابة اسم .إليه ةراشالإ ديرت يذال صخلشاب صاخال مدختسمال
4. زواجتت ألا ـنعيتي يتال كـتلاسر بـتكد "280ادحو ارفًَ .Tweet(ديرغت) "
5. ستُنشر التغريدة على ملفك الشخصي.
6. إذا أردتَ ظهور هذا الرد على الخطّ الزمنيّ لمتابعيك الذين لا يتابعون المستخدم الذي تشير إليه، فسيلزمك إضافة علامة ترقيم إلى بداية تغريدتك قبل إدراج أسماء المستخدمين الخاصة بهم .



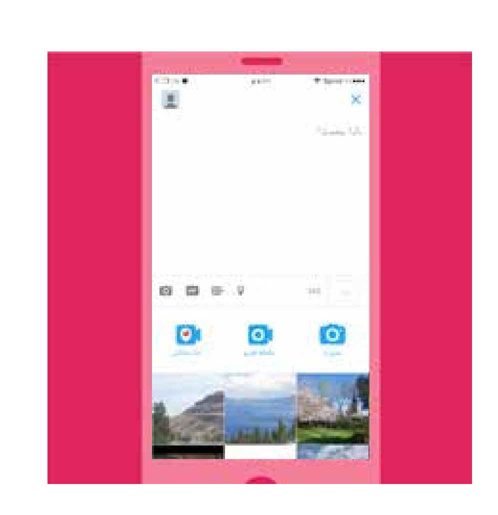
:رخآ مخدتسم إلى ةراشالإ

1. ".ةديرغت بةاتك" ةنقويد الأدح
2. زواجتت ألا ـنعيتي يتال كـتلاسر بـتكا 280صاخال مدختسـمال مسا بـتكاو ارفًَدح بالشخص الذي تريد الإشارة إليه.
3. عندما تشرع في كتابة اسم مستخدم، ستظهر قائمة بالنتائج المتطابقة المحتملة.
4. بمجرد العثور على المستخدم الذي تبحث عنه، حدد اسم المستخدم الخاص به وسيُدرَج في التغريدة.
5. إذا أردتَ إضافة المزيد من أسماء المستخدمين، فكرر الخطوات من 2 إلى 4.
6. حدد "Tweet" (تغريد) وستُنشر التغريدة على ملفك الشخصي.
7. إذا أردتَ ظهور هذا الرد على الخطّ الزمنيّ لمتابعيك الذين لا يتابعون المستخدم الذي تشير إليه، فسيلزمك إضافة علامة ترقيم إلى بداية تغريدتك قبل إدراج أسماء المستخدمين الخاصة بهم.



إدراج وسم في التغريدة:

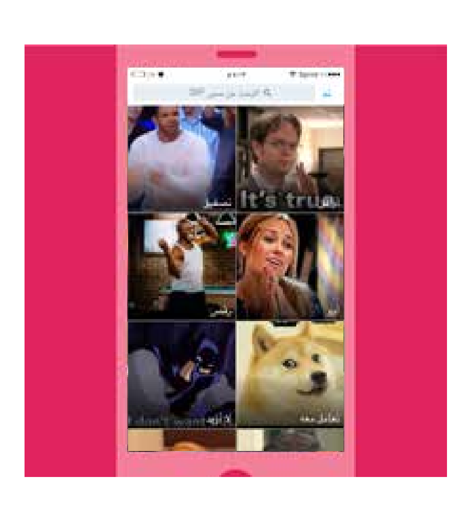
حدد الرمز #، وسيقل عدد النتائج التي تظهر في القائمة عندما تشرع في الكتابة. ويمكنك اختيار إدراج أحد هذه الوسوم المقترحة أو إضافة نص الوسم الخاص بك، مثل HeForShe#.



إدراج صورة أو فيديو في التغريدة:

يمكنك التقاط صورة أو مقطع فيديو في وقت كتابة التغريدة أو اختيار صورة أو مقطع فيديو موجود بالفعل من جهازك.

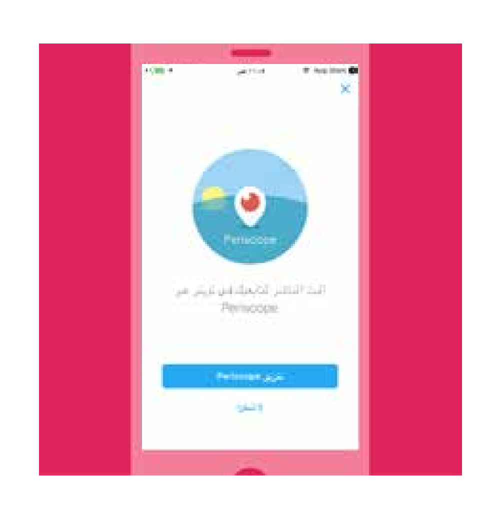
1. حدد الزر "compose Tweet" (كتابة تغريدة) واختر صورة أو مقطع فيديو موجودًا بالفعل من معرض الصور والفيديوهات الخاص بك أو حدد أيقونة الكاميرا لالتقاط مادة جديدة.
2. بمجرد التقاط الصورة أو تحديدها، سيكون لديك خيار تطبيق عامل تصفية (فلتر أو مرشح) والإضافة كملصق واقتصاص الصورة. وبالمثل، يمكنك اقتصاص الفيديو.
3. عندما تنتهي، حدد "Done" (تم) وستُرفَق الصورة/الفيديو بالتغريدة. ويمكنك تحديد حتى أربع صور للتغريدة الواحدة.
4. يمكنك الإشارة إلى مستخدمين آخرين في صورتك (صورك) عن طريق النقر فوق خاصية "Who's in this photo؟" (مَن في هذه الصورة؟). اكتب الاسم بالكامل أو اسم المستخدم ثم انقر فوق "Done" (تم).



إدراج ملف GIF في التغريدة:

أضف ملف GIF إلى تغريدتك من أجل التعبير بشكل أفضل عن المشاعر العاطفية التي تسيطر عليك تجاه رسالتك أو تسهيل فهم رسالة صعبة أو لمجرد إضافة بعض الدعابة إلى محتواك.

1. حدد الزر "compose Tweet" (كتابة تغريدة) ثم انقر فوق الأيقونة "add GIF" (أضف ملف GIF).
2. اختر ملف GIF من المكتبة الضخمة المتوفرة في التطبيق. وهذه الملفات مصنفة على حسب المشاعر العاطفية، مما يسهل عليك العثور على ملف GIF المثالي للّحظة.



إدراج بث Periscope في التغريدة:

هل تريد إجراء بث مباشر لما تشاهده؟ من السهل بدء بث Periscope من خلال تغريدة.

1. حدد الزر "compose Tweet" (كتابة تغريدة) وابدأ البث المباشر من خلال النقر فوق الأيقونة "LIVE" (مباشر).
2. بعد ذلك سيُطلَب منك تقديم وصف لما ستشرع في بثه.
3. انقر فوق "Go LIVE" (ابدأ البث المباشر) لبدء البث الخاص بك!



إدراج استطلاع في التغريدة:

يمكنك إنشاء استطلاعك الخاص على تويتر سواء على الويب أو في تطبيق تويتر (نظام iOS أو Android).

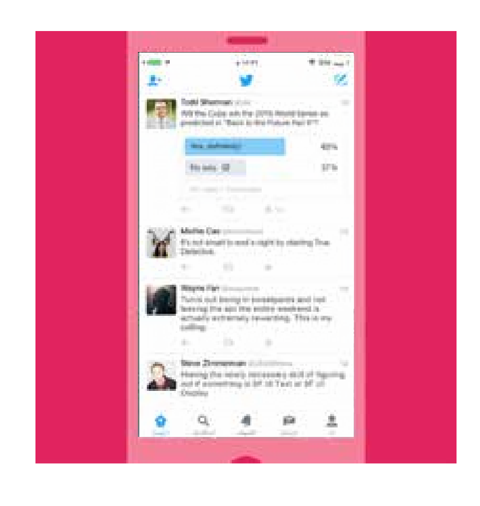
إنشاء استطلاع على twitter.com:

1. انقر فوق مربع الكتابة الموجود في أعلى الخطّ الزمنيّ لصفحتك الرئيسيّة أو انقر فوق الزر "Tweet" "تغريد" في شريط التنقل العلوي.

ة " .2نقويالأ قوف رقناAdd pollعالطتسا فضأ("أ")

ى .3تح مادختسا كنكميو .يساسبة الأتالك عمرب يف عالطتسالا لاؤس بتكا 280 حرفًا في سؤال الاستطلاع الذي تطرحه.

4. أدرج الاختيار الأول للاستطلاع في المربع "Choice 1" (الاختيار 1)، والاختيار الثاني في المربع "Choice 2" (الاختيار 2). ويمكنك استخدام حتى 25 حرفًا لكل خيار.
5. انقر فوق "+Add a choice" (+أضف اختيارًا) لإضافة اختيارات إضافية إلى الاستطلاع الخاص بك. ويمكن أن يضم استطلاعك حتى أربعة خيارات.
6. تبلغ المدة الافتراضية لاستطلاعك يومًا واحدًا. ويمكنك تغيير هذه المدة عن طريق النقر فوق يوم واحد وتعديل الأيام والساعات والدقائق. ويبلغ الحد الأدنى للمدة الزمنية للاستطلاع خمس دقائق، بينما يبلغ الحد الأقصى سبعة أيام.
7. انقر فوق "Tweet" (تغريد) لنشر الاستطلاع.



إنشاء استطلاع على تطبيق تويتر (نظام iOS أو Android):

1. انقر فوق الزر "Tweet" (تغريد) في نظام (iOS) أو "What's happening؟" (ما الذي يحدث؟) في نظام (Android).
2. انقر فوق الأيقونة "Add poll" (أضف استطلاعًا)
3. اكتب سؤال الاستطلاع في مربع الكتابة الأساسي. ويمكنك استخدام حتى 116 حرفًا في سؤال الاستطلاع الذي تطرحه.
4. أدرج الاختيار الأول للاستطلاع في المربع "Choice 1" (الاختيار 1)، والاختيار الثاني في المربع "Choice 2" (الاختيار 2). ويمكنك استخدام حتى 25 حرفًا لكل خيار.
5. انقر فوق "+Add a choice" (+أضف اختيارًا) لإضافة اختيارات إضافية إلى الاستطلاع الخاص بك. ويمكن أن يضم استطلاعك حتى أربعة خيارات.
6. تبلغ المدة الافتراضية لاستطلاعك يومًا واحدًا. ويمكنك تغيير هذه المدة عن طريق النقر فوق يوم واحد وتعديل الأيام والساعات والدقائق. ويبلغ الحد الأدنى للمدة الزمنية للاستطلاع خمس دقائق، بينما يبلغ الحد الأقصى سبعة أيام.
7. انقر فوق "Tweet" (تغريد) لنشر الاستطلاع.

ملاحظة: لا يمكن إدراج صور في أي استطلاع على تويتر.

إنشاء الحملات الإعلانية على تويتر

البدايات:
ملفك الشخصي

البدايات: ملفك الشخصي



إعداد ملفك الشخصي

يعرض ملفك الشخصي على تويتر للعالم من تكون وما منظمتك، لحظةً بلحظة. فملفك الشخصي هو المكان الذي تُظهر من خلاله ما يمكن للآخرين توقعه من تغريداتك والأسباب التي تدفعهم إلى متابعتك. وهو يمثل أهمية خاصة للمنظمات في تحديد توجهها والقضايا التي تساندها. وفيما يلي بعض الإرشادات المتعلقة بإعداد ملفك الشخصي على تويتر ليمثل قيمك وحملتك في أفضل صورة ممكنة.

اسم المستخدم الخاص بك على تويتر جزء من هويتك على هذه المنصة

سيظهر اسم المستخدم عندما يرد مستخدمون آخرون على تغريداتك أو يضيفونك إلى محادثة. واسم المستخدم هو هذا الاسم الذي يبدأ بالرمز "@" - ويمكن أن يبلغ طوله 15 حرفًا كحد أقصى. ويمكن أن يبلغ طول اسم حسابك حتى 20 حرفًا.

إرشادات لزيادة نسبة التعرف على اسم المستخدم الخاص بك على تويتر

ضع اسم المستخدم الخاص بك على تويتر على المواد المطبوعة والسلع الخاصة بك. فإضافة اسم المستخدم الخاص بك على تويتر إلى المواد الترويجية والسلع من الطرق الرائعة لتوسيع نطاق الظهور والتعرف على الاسم بالنسبة لمرشحك وحملتك واهتماماتك المتعلقة بالسياسات. كما يشير إلى أنه يمكن لمستخدمين آخرين الوصول إليك مباشرة من خلال هذه القناة، التي تقرؤها وتتجاوب معها على تويتر.

ضع زر تويتر على موقعك الإلكتروني. فإضافة أزرار تويتر إلى موقعك الإلكتروني من الطرق الرائعة لتوسيع نطاق انتشار المحتوى الخاص بك والحصول على المزيد من المتابعين. طالع القسم "دعم موقعك الإلكتروني من خلال تويتر" في هذا الدليل للحصول على المزيد من الإرشادات في هذا الخصوص.

يمكنك أيضًا الاهتمام بالتوقيت الذي يكون فيه جمهورك متصلاً بالإنترنت. فعلى سبيل المثال، غالبًا ما يكون المستخدمون على تويتر في الصباح أثناء تنقلهم إلى العمل أو في وقت الغداء أو في المساء عند مشاهدة التلفاز.



@amnesty

لا يقتصر الأمر على كون العبارة "We've been fighting the bad guys since 1961 — you can join us!" (إننا نكافح الأشرار منذ العام 1961 - يمكنك الانضمام إلينا!) الخاصة بمنظمة العفو الدولية على تويتر غير رسمية ويغلب عليها طابع المهمة التي تقوم بها المنظمة، بل إنها أيضًا دعوة مقنعة للمشاركة والعمل. وهي بذلك تضرب عصفورين بحجر واحد.

النبذة التعريفية

يجب أن تتألف النبذة التعريفيّة للحساب من 160 حرفًا أو أقل. ونوصي بأن تُدرج تفاصيل عن منظمتك ومهمتها. استخدم الكلمات المفتاحية وأسماء المستخدمين الخاصة بالحسابات والوسوم وجميع ما يمكن اكتشافه من خلال البحث في النبذة التعريفيّة للاتصال بالمحادثات والحسابات الأخرى المتعلقة بمنظمتك وحملتك الأساسية التي تطلقها في تلك اللحظة، وما إلى ذلك.

الصور

يمكنك تعزيز رسالة الحملة بصور واضحة وعالية الدقة، خاصة مع الملف الشخصيّ الجديد على الويب الذي يتميز بحجم أكبر لصورة الملف الشخصي ورأس صفحة قابل للتخصيص من أجل تعزيز النبذة الوصفية التي تدور حول الهدف من الحساب. وتكون هذه الصور مرئية على جميع منصات تويتر الرسمية (Twitter.com وتطبيقات تويتر على الهاتف المحمول وتطبيق TweetDeck) عندما تستعرض الملف الشخصيّ. ودائمًا ستظهر صورة الملف الشخصيّ مع كل رسالة شخصية يتم التغريد بها على تويتر.

كيفية البحث عن مستخدمين آخرين لمتابعتهم

ابدأ بمتابعة المستخدمين الذين تعرفهم. ابحث عن أسمائهم أو أسماء المستخدمين الخاصة بهم أو ابحث عنهم جميعًا على الفور عن طريق استيراد جهات الاتصال الخاصة بك من سجل عناوين البريد الإلكتروني لديك. ثم ابحث عما تفضله من الفرق الرياضية أو الممثلين أو الصحف المحلية أو الكتّاب أو المدارس. وفي النهاية، ابحث عن حسابات لمستخدمين يرسلون أنواع التغريدات التي تحب أن تتلقاها مثل: الآخبار العاجلة وقادة المجتمع والحسابات الأخرى التي لها علاقة بالحملة.

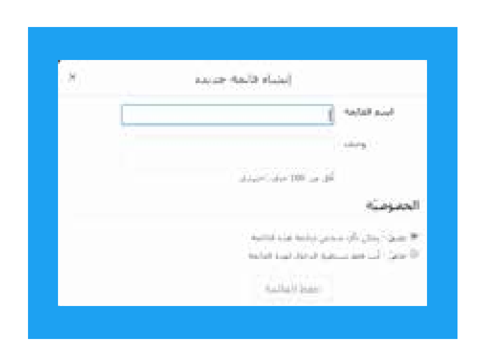
يعد البحث عن المحادثات من الطرق الرائعة للعثور على مستخدمين تتابعهم كذلك. فإذا رأيت وسمًا مثيرًا للاهتمام، فانقر على المحادثة المتداولة فيه، واشترك في هذا المجتمع، وتابع أي مستخدم قد تفضل التواصل معه. ليس عليك سوى متابعة ما يثير اهتمامك.

القوائم

تتيح لك قوائم تويتر تنظيم مستخدمي تويتر في مجموعات وإدارة الشكل الذي تبدو عليه في التغريدات. ويمكنك إما إنشاء قائمتك الخاصة أو الاشتراك في قائمة أنشأها مستخدم آخر. كذلك، يمكن استخدام قوائم تويتر لمتابعة مجموعة منفصلة من بين مستخدمي تويتر الذين تتابعهم على الخطّ الزمنيّ لصفحتك الرئيسية. فإنشاء قائمة أو الاشتراك في واحدة يتيح لك رؤية التغريدات التي يكتبها مستخدمون في تلك القائمة فقط. والقوائم ليست طريقة لإرسال التغريدات إلى مجموعة محددة، بل لتنظيمها وقراءتها. وفي هذا الخصوص، قد تبرز قيمتها البالغة إذا كنت تريد تتبع ما تنشره مجموعات من صناع الرأي البارزين، أو ما ينشره زملاء ومنافسون سياسيون.

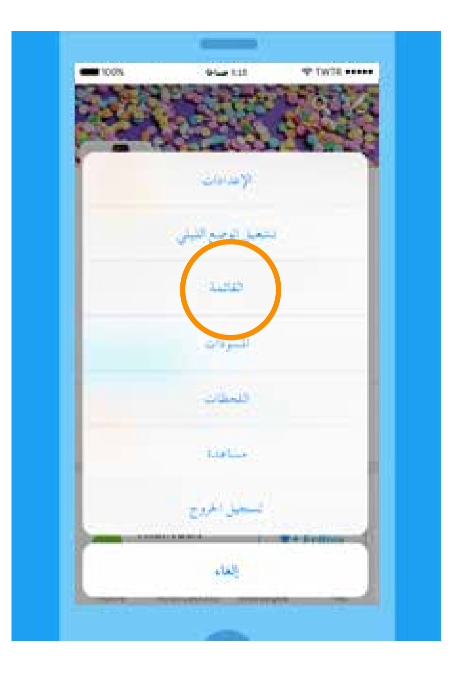
إذا كانت منظمتك تضم عدة كيانات داخلها، فإن قوائم تويتر تعتبر إحدى الطرق الرائعة لرؤية التغريدات الصادرة فقط من تلك المجموعة الفرعية للمستخدمين في خطّ زمنيّ مخصص - وهو أحد الموارد الرائعة لموظفي المنظمة والجمهور ووسائل الإعلام.

لإزالة نفسك من إحدى القوائم، يمكنك حظر الشخص الذي أنشأها.



إنشاء قائمة عبر جهاز كمبيوتر مكتبي:

1. حدد علامة التبويب "Me" (أنا) في أعلى الصفحة.
2. عندما تدخل إلى صفحة ملفك الشخصي، حدد علامة التبويب "More" (المزيد) ثم حدد "Lists" (القوائم).
3. حدد الزر "Create new list" (إنشاء قائمة جديدة). ثم أنشئ اسمًا لقائمتك وأدخل وصفًا مختصرًا. اختر ما إذا كنت تريد أن تجعل القائمة خاصة (لك فقط) أو عامة (أي مستخدم يمكنه الاشتراك فيها).
4. حدد "Save list" (حفظ القائمة).



إنشاء قائمة على الهاتف المحمول:

1. حدد علامة التبويب "Me" (أنا) في أسفل الشاشة.
2. بعد ذلك في صفحة ملفك الشخصي، مرّر إلى الأسفل وحدد "Lists" (القوائم).
3. حدد علامة الجمع "+" الموجودة في أعلى الصفحة جهة اليمين لإنشاء قائمة جديدة.
4. أنشئ اسمًا لقائمتك وأدخل وصفًا مختصرًا. اختر ما إذا كنت تريد أن تجعل القائمة خاصة (لك فقط) أم عامة (أي مستخدم يمكنه الاشتراك فيها).
5. حدد " Save" (حفظ).

إنشاء الحملات الإعلانية على تويتر

صوتك: الأعمال اليومية لمنظمتك غير الحكومية

صوتك: الأعمال اليومية لمنظمتك غير الحكومية

يتيح لك تويتر - سواء أكنت فردًا أم منظمة - كشف الستار ومنح متابعيك لمحة عن حياتك اليومية. وسواء أكنت تلتقط "صورة سيلفي" جماعية في فعاليات حملة ما أو تعلن عن أخبار عاجلة، فكل تغريدة توضح جانبًا من الإجراءات والسمات الخاصة بالنشاط الذي تمارسه وذلك بمنح متابعيك قدرًا من المعلومات عنك.

هناك قاعدة بسيطة ينبغي تذكرها دومًا وهي محاولة إدراج سمتين من السمات الثلاث التالية في تغريداتك:

1. الفكرة
2. الشخصية
3. المعلومة

يريد متابعوك التفاعل مع محتوى جذاب وممتع وثري بالمعلومات. فانتباههم مشتت بين الآلاف من صناع المحتوى الآخرين، وبالتالي يجب عليك أن تفكر في طريقة تجذب بها انتباههم على الدوام أثناء توصيل رسالتك.

راجع التغريدة الأولى لوكالة الاستخبارات المركزية (CIA) كمثال على إمتاع الجمهور وإضفاء الطابع الإنساني على المنظمة:



ترجمة التغريدة: لا يمكننا أن نؤكد أو ننفي أن هذه أول تغريدة لنا.

يوم في الحياة

تويتر هو جسر فوري لداعميك. فاصطحب متابعيك عبر هذا الجسر من خلال مشاركتهم لحظات حقيقية:

- **كن صادقًا.** شارك تجاربك بصفتك فردًا أو منظمة، من الصباح وحتى المساء حتى تعطي فكرة عن روتينك اليومي المعتاد. حدد المحادثة بوسم.
- **غرّد باستخدام وسائط ثرية.** استخدم الصور ومقاطع الفيديو لتأخذ متابعيك إلى ما وراء الكواليس.
- **أجرِ محادثات وتواصل مع المستخدمين.** خصص جلسات للأسئلة والإجابة على تويتر ورُدّ على المتابعين على مدار اليوم.

- **أخبر المتابعين عن المكان الذي يمكنهم إيجادك فيه.** أعلن عن فعاليات الحملة وأخبر المتابعين عن مكان الاجتماع. شجعهم على تغريد التجربة مباشرة.
- **وثّق الحملة.** أنشئ مجموعة مخصصة للتغريدات من اليوم الذي تبرز فيه عمل منظمتك كمنظمة غير حكومية متفاعلة.
- **انشر رسالتك.** استفد من التغريدات المروَّجة لاستهداف المستخدمين البارزين - ولزيادة الانطباعات والتفاعلات مع محتواك الأكثر جاذبية.



ترجمة التغريدة: لن تتوقع إنقاذ حياة أحد الأشخاص أثناء وجودك في إحدى الحفلات الساهرة لتوديع العزوبية – ولكن هذا بالضبط ما قام به مايكل: bit.ly/1x7GkuX #CallPushRescue



ترجمة التغريدة: الوسم #YouthSocialAction (دور الشباب في العمل المجتمعي) يساهم في سد الفجوة الموجودة بين المجتمعات والعمل على التواصل بينها #iwillPledge iwill.org.uk/pledge/ahmadiy... #Muslims٤Humanity

إظهار العمل الذي تقوم به للمستخدمين

تظهر لقطتا الشاشة أعلاه المأخوذتان من تغريدتين لمؤسسة القلب البريطانية (BHF) وجمعية الشبان المسلمين الأحمدية (AMYA) التقدير للدور الذي يلعبه تويتر. فهما تعرضان لمحة عن حملاتهما ونبذة عن الأعمال اليومية لهاتين المنظمتين غير الحكوميتين، وهذا شيء يقدره المستخدمون دومًا.

كم مرة ينبغي أن تكتب تغريدات؟

لا توجد إجابة عن هذا السؤال تناسب الجميع. ولكن الحسابات الناجحة تحافظ على نمط ثابت من التغريدات المنتظمة. وقد يكون هذا تغريدة واحدة في اليوم تتسم بكونها ذات محتوى عالي الجودة أو عدة تغريدات في اليوم بحيث تضاهي شكل المحادثة وتتفاعل مع مجتمع المتابعين. وسيزداد متابعوك إذا استثمرت في وجودك على هذه المنصة.

إنشاء الحملات الإعلانية على تويتر

في العمق: عناصر إثراء التغريدة

في العمق: عناصر إثراء التغريدة

تمثل كل تغريدة فرصة لتوصيل صوت منظمتك وتقوية العلاقة مع متابعيك. ولكن بناء حساب فعال ومزدهر على تويتر لا يبرز في عدد المستخدمين الذين يعيدون تغريد منشوراتك فحسب.

إن ما يثير دهشتنا هو محاولة التعرف على سبب التفاعل فوق المعتاد مع تغريدات معينة. فمما لا شك فيه أن إضافة وسم أو صورة أو مقطع فيديو للتغريدات يجعلها أكثر ثراء، ولكن هل تجلب لك مزيدًا من تفاعل المستخدمين؟

ما بحثنا عنه في التغريدات

للمساعدة في المعرفة الثاقبة لما يُحدث صدًى أكثر عند المتابعين في فئات رأسية معينة، حللنا محتوى ملايين التغريدات المُرسلة من مُستخدمين تم التحقق منهم في الولايات المتحدة، وذلك بالنظر إلى أعداد إعادة التغريدات التي تضمنت ميزات معينة مثل:

- الصور
- الوسوم
- الروابط
- مقاطع الفيديو
- تغريدات تتضمن أعدادًا أو أرقامًا
- ملفات GIF
- الاستطلاعات

الصور

في تحليلنا للتفاعل مع التغريدات، شهد المستخدمون المُتحقق منهم الذين نشروا صورًا في تغريداتهم زيادة كبيرة في إعادة تغريد هذه التغريدات - بمتوسط 35% أكثر مما تحصل عليه تغريداتهم عادةً. لنفترض أن حساب فرد أو منظمة يتلقى عادة وفي المتوسط 100 عملية إعادة تغريد في المنشور الواحد. فمن المتوقع أن تتلقى الصورة في المتوسط 135 عملية إعادة تغريد في التغريدة.

يشير رواج الصور إلى أن الموثوقية وإمكانية الوصول تمثلان أهمية كبرى لدى متابعيك. وبصفتك رائدًا مدنيًا أو منظمة غير حكومية مدنية، فمن الأهمية بمكان بناء علاقة حقيقية وشفافة مع متابعيك. فالصورة توفر رؤية صريحة وغير متحيزة لحياتك أو عملك.



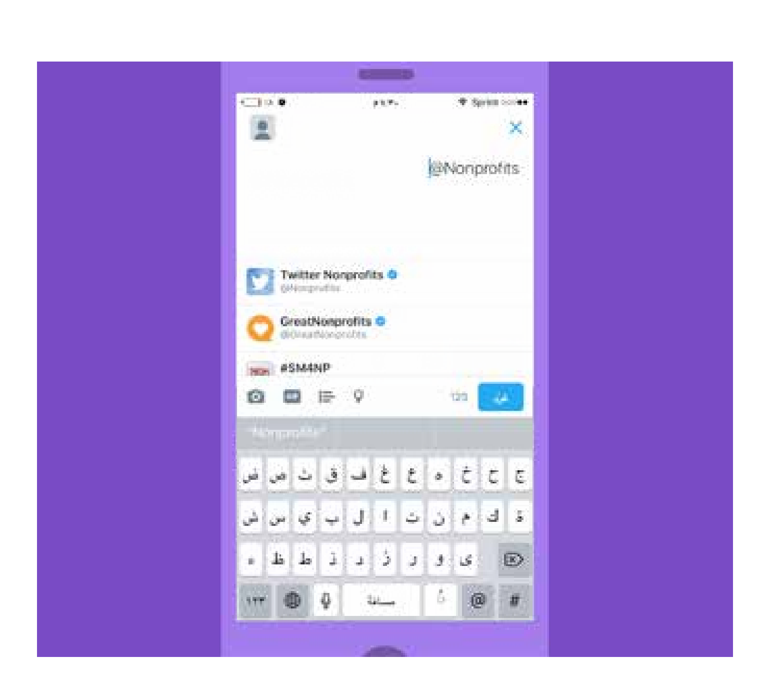
ترجمة التغريدة: نُعلّم الجيل القادم.
#community #littlehands

يمكنك استخدام الصور لسرد قصة أو لتعقب حدث كبير. وقد تفيد الصور في تبسيط القضايا التي تنادي بها وبناء علاقات تواصل مع من قد يهتمون بقضيتك.

فيما يتعلق بالأفراد والمنظمات، يعتبر تويتر من الطرق بالغة الأهمية لتحقيق ما لا يمكن للمؤتمرات الصحفية والنشرات الإخبارية تحقيقه فيما يتعلق بالتواصل مع المستخدمين بطريقة أكثر حميمية. وبشكل عام، يفضل المستخدمون محتوى ما وراء الكواليس؛ حيث يمنحهم صورة مقربة وشخصية عن الحملات التي يسمعون عنها، ولكن لا يفهمونها بالضرورة.

تعدد الصور في التغريدة الواحدة

يمكنك مشاركة حتى أربع صور في التغريدة الواحدة، مما يتيح لمتابعيك الحصول على الصورة الأكبر أو الأشمل في مكان واحد. وتظهر الصور في شكل مجموعة معاينة في الخط الزمني لمتابعيك. ومن ثم، يمكنهم التوسيع لرؤية كل صورة منها على حدة. وستظهر الصور المتعددة أيضًا إذا أُعيد تغريد تغريدتك أو إدماجها في موقع آخر. انظر المثال الخاص بتغريدة "جمعية الشبان المسلمين الأحمدية" في صفحة 16.



الإشارة إلى مستخدمين في الصور

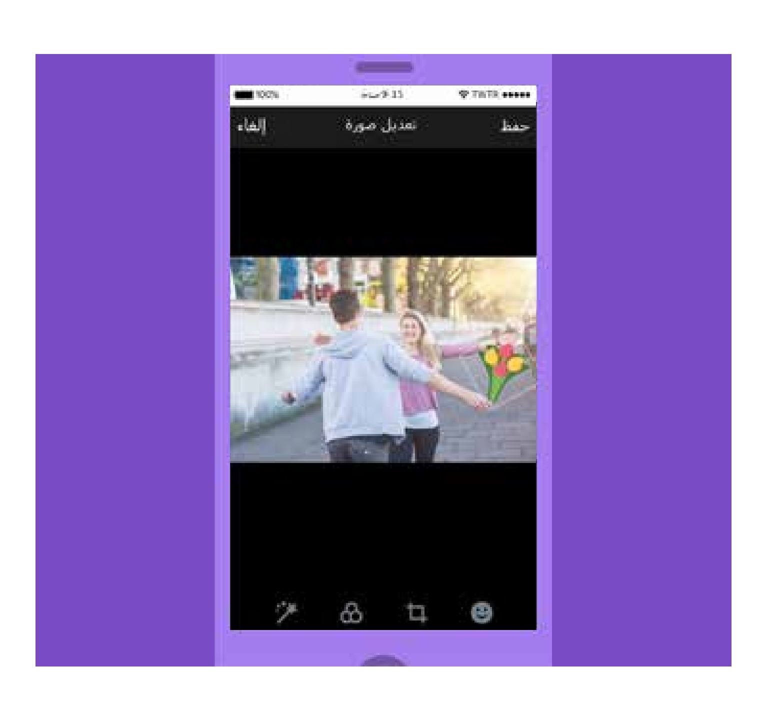
يمكنك الإشارة إلى مستخدمين آخرين في صورة (أو مجموعة من الصور) تنشرها. ولا يتم احتساب هذه الإشارات ضمن حد الحروف 280، ويمكنك الإشارة إلى 10 مستخدمين، وستظهر أسماؤهم (ليست بالشكل @اسم المستخدم) بجانب الصورة. وبشكل افتراضي، سيتمكن أي مستخدم من الإشارة إليك إذا كنت تمتلك حساباً عاماً. لكن يمكنك تغيير إعدادات الإشارة إذا رغبت في السماح فقط لمن تتابعهم بالإشارة إليّ في الصور (تصبح "السماح بالإشارة إليّ في الصور" أو "لا تسمح لأي شخص بالإشارة إليّ") عن طريق إعدادات حسابك.

مقاطع الفيديو

الفيديو هو أكثر أنواع المحتوى التي يتم التفاعل معها على تويتر. وعلى مدار العام الماضي، ارتفع حجم محتوى الفيديو الذي تتم مشاركته على تويتر بشكل بالغ، ويستمر في الارتفاع مع تزايد قدرة المستخدمين على أن يصبحوا أكثر خبرة وإبداعًا في إنتاج مقاطع الفيديو. ولاحظ أن العديد من منشئي هذه المحتويات يجدون أن 280 ثانية على تويتر تمنحك زمنًا ووقتًا للتواصل مع جمهورك. فنظرًا لأن بعض المستخدمين لا يشاهدونها مع الصوت، فقد يفيد تزويد مقاطع الفيديو بالحواشي والترجمات في توصيل رسالتك بفعالية أكبر.

عوامل التصفية

يمكنك جعل الصور تبدو أكثر تعبيرًا باستخدام عوامل تصفية (فلاتر أو مرشحات) الصور على تويتر. فعندما تُحمّل صورة باستخدام تطبيق تويتر على هاتف محمول يعمل بنظام iOS أو Android، فما عليك سوى النقر فوق الصورة لعرض خيارات التحرير. وهناك ثمانية عوامل تصفية مبتكرة لإضافة النمط والحالة المزاجية إلى صورك، والتي تتراوح بين درجات اللون البني الداكن العتيق والألوان المشبعة، بالإضافة إلى أداة التحسين التلقائي بنقرة واحدة وأداة الاقتصاص.



الملصقات

الملصقات تعد وسيلة رائعة لإضفاء لمسة إبداعية إلى صورك وربطها بالعالم على تويتر. ويمكنك استعراض مجموعة الملصقات الدوَّارة التي نوفرها لإرفاقها في المحادثات الآنية، كما يمكنك الاختيار من المكتبة التي تضم مئات الإكسسوارات والرموز التعبيرية (الإيموجي) والدعائم لجعل الصور أكثر إمتاعًا. استخدمها لمشاركة ما تفعله أو ما تشعر به، أو لإظهار الدعم لقضيتك أو لمجرد إضافة بعض اللمسات الذوقية. ويمكنك استخدام عدة ملصقات على الصورة، وتغيير حجمها وتدويرها ووضعها في أي مكان على الصورة. وبعد تغريد صورة عليها ملصقات، فإنه يمكن البحث عن هذه الصورة في دورة جديدة مرئية على الوسم. ويأخذك النقر فوق الملصق الموجود في التغريدة إلى خط زمني جديد، حيث يمكنك أن ترى كيف أن المستخدمين من جميع أنحاء العالم يستخدمون ذلك الملصق بطرق مختلفة.

ملفات GIF

تعد ملفات GIF من العناصر شائعة الاستخدام بشكل كبير. فقد أصبحت هذه الصور المتحركة، التي غالبًا ما تتكون من قصاصات فيديو، أداة مختصرة للتعبير عن الشعور العاطفي على شبكة الإنترنت. ففي عام 2015 وحده، تمت مشاركة أكثر من 100 مليون ملف GIF على تويتر. ومتى أردتَ كتابة تغريدة أو رسالة خاصة، فيمكنك البحث في مكتبة GIF وتصفحها. فإذا أردتَ البحث عن صورة مثالية لتثاؤب قطة أو حركة رقص للتعبير عما تشعر به تعبيرًا دقيقًا، فما عليك سوى النقر فوق زر GIF الجديد. ويمكنك البحث باستخدام كلمات مفتاحية أو تصفح فئات لتفاعلات مختلفة مثل Happy Dance (أرقص من السعادة) أو Mic Drop (إلقاء الميكروفون أرضًا) أو YOLO (أنت تعيش مرة واحدة فقط).

الاستطلاعات

نظرًا لطبيعته العامة، يعد تويتر مكانًا مثاليًا لقياس تفاعل الناس مع الأسئلة الكبيرة والصغيرة المتداولة على مدار اليوم. وتعد "استطلاعات تويتر" طريقة ممتعة وسهلة لطرح هذه الأسئلة وتلقي إجابات مجهولة المصدر. ويمكنك أن تمنح المستخدمين أربع إجابات اختيارية، ويمكن أن يظل الاستطلاع مطروحًا لمدة تتراوح بين خمس دقائق وسبعة أيام. وبمجرد إغلاق الاستطلاع، سيتلقى كل مستخدم قدَّم إجابة تنبيهًا فوريًا يدعوه إلى مطالعة النتيجة.

عرض الوسائط على الخطّ الزمنيّ

عندما تحمّل صورة عبر تويتر، فإنها تظهر مباشرة على الخطوط الزمنية لجميع متابعيك، الأمر الذي يتيح لهم الحصول على لمحة عاجلة لما تشاركه. ومن خلال نقرة أو ضغطة واحدة، يمكنهم تكبير الصورة داخل التطبيق، ومن ثم إعادة تغريدها بسهولة أو تفضيلها أو التعليق عليها. وستظهر الصورة أيضًا عندما تُدمج التغريدة على الويب.

توجيه الدعوات لإجراء ما

في بعض الأحيان، يمكنك الحث على التفاعل من خلال تغريدة عن طريق مجرد طلب ذلك. فغالبًا ما يشجع مسؤولون وقادة حكوميون متابعيهم على إعادة تغريد منشور ما من أجل إظهار الدعم أو نشر الوعي عن شخص أو قضية ما.

يعد تغريد صورة في دعوتك المتابعين إلى القيام بإجراء ما من الطرق الرائعة لوصف قضيتك أو دعوتك، كما أنه يدفع إلى المزيد من عمليات إعادة التغريد. وقد تشجع الدعوة إلى إجراء ما أيضًا منشئي الدعوة على تغريد صورهم الخاصة. وختامًا، فإن الدعوات إلى إجراء ما قد تجعل المستخدمين الآخرين المدعوين يشعرون وكأنهم جزء من الحدث.

الموثوقية

بالنسبة للقادة في فريقك، يعد تويتر وسيلة رائعة لإظهار شخصيتك لمتابعيك. عرِّف برسالتك على تويتر: شارك أشياء عن نفسك واكشف عن هويتك. وفيما يلي بعض الطرق الأساسية للقيام بذلك على نحو مثالي، وستساعدك جميعها في توصيل صوتك أو رسالتك إلى العالم.

النبذة التعريفيّة الشخصية

تواصل مع المستخدمين من خلال مشاركة خلفيتك الوظيفية واهتماماتك الشخصية في النبذة التعريفيّة الشخصية الخاصة بحسابك على تويتر. وقد يتمثل هذا ببساطة في إضافة هواياتك أو فريقك الرياضي المفضل أو عمل اللجنة التي تعمل بها أو الحياة الأسرية. استخدم الكلمات المفتاحية والوسوم لتنشيط التفاعل مع المستخدمين الآخرين وتعزيز إمكانية الاكتشاف.

العمل على إضفاء الطابع الشخصي

إن إرسال تغريدات شخصية إلى الأصدقاء والعائلة بحيث يراها الجميع على تويتر يعد وسيلة رائعة لإظهار الجانب الشخصي لديك، وهذه الطريقة يكون لها صدى جيد مع المتابعين. فإظهار التمتع بشخصية تشعر بالسكون والراحة يعد وسيلة رائعة لاكتساب وإنشاء متابعة دائمة. وفي النهاية، يمكن القول إن إضفاء الطابع الشخصي على تويتر يحقق دائمًا منافع.

شارك اهتماماتك

أتِح الفرصة لمتابعيك لمعرفة اهتماماتك، مثل الرياضات أو الأفلام أو الموسيقى أو جميع ما سبق. شارك مقالات تتضمن محتوى مثيرًا وأشر إلى مؤلفها إذا أمكنك ذلك.

إنشاء الحملات الإعلانية على تويتر

الحملات الإعلانية الاستباقية

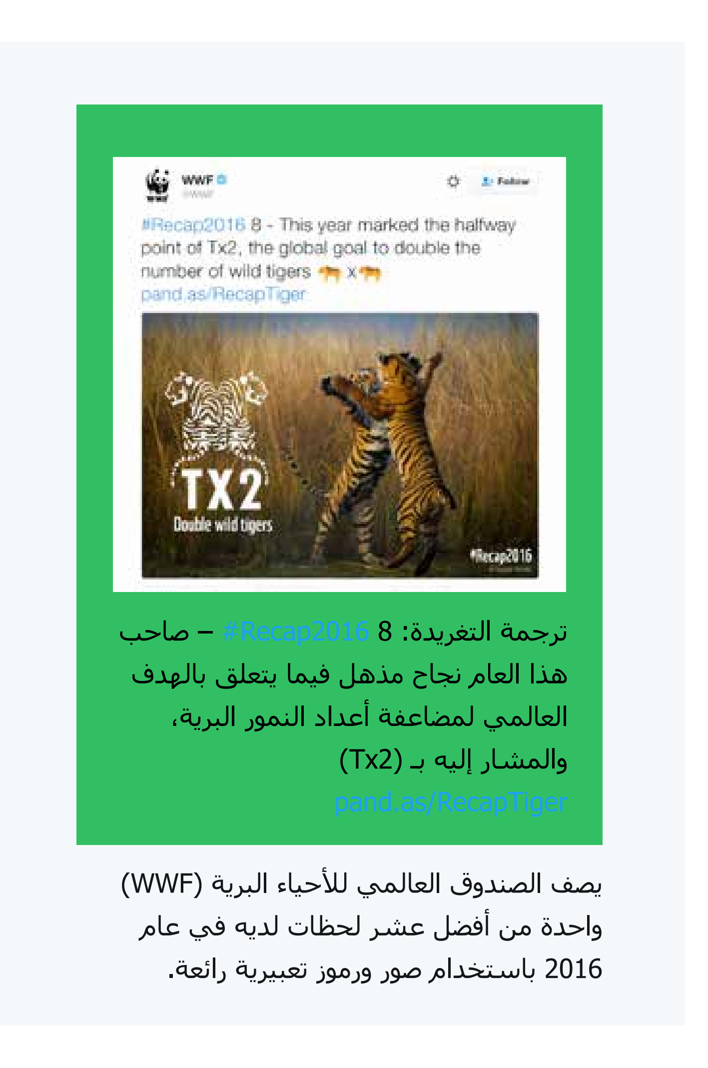
الحملات الإعلانية الاستباقية

كما يشير العنوان الفرعي، فإن عناصر إنشاء حملة جيدة على تويتر تتمثل في وضع إستراتيجية والتخطيط للأساليب الفنية التي يمكن اتباعها حول تلك الإستراتيجية والعمل بمهارة نحو تحقيق النجاح.

سيكون مفتاح الإستراتيجية هو تحديد الجمهور والأهداف التي تريد تحقيقها معه. هل تريد بناء قاعدة من المتابعين لك؟ هل تريد توجيه المستخدمين وجذبهم نحو موقع ويب معين؟ سيعتمد نجاحك على مدى براعتك في الحكم على الأمر وإنشاء محتوى موجَّه إلى جمهورك المستهدف.

حاول أن تجعل حملتك مناسبة. افحص الموضوعات الرائجة أو المتداولة، سواء على شبكة الإنترنت أو بعيدًا عنها على أرض الواقع. تحقق مما إذا كانت حملتك يمكن أن تتواكب مع روح العصر ومن ثم قم بالتغريد في وسوم تم إنشاؤها مسبقًا أو أنشئ وسمًا جديدًا وجذابًا من ابتكارك أنت.

أخيرًا، ولكن ليس آخرًا على الإطلاق، تذكر قاعدتنا الملائمة القائمة على التجربة. إذا كانت التغريدة المثالية تتسم بالجوانب الشخصية وثراء المعلومات واحتوائها على رؤية معينة، فإن التغريدة الجيدة جدًا ستشتمل على سمتين من هذه السمات.



ترجمة التغريدة: 8 #Recap2016 – صاحب هذا العام نجاح مذهل فيما يتعلق بالهدف العالمي لمضاعفة أعداد النمور البرية، والمشار إليه بـ (Tx2)
pand.as/RecapTiger

يصف الصندوق العالمي للأحياء البرية (WWF) واحدة من أفضل عشر لحظات لديه في عام 2016 باستخدام صور ورموز تعبيرية رائعة.

لماذا يتم استخدام الوسوم؟
أصبحت الوسوم (أو ما تُعرف بالهاشتاجات)، التي كانت ابتكارًا توصل إليه مجتمع تويتر في بداياته، مصطلحًا مرادفًا للمستخدمين والأحداث والحملات التي حققت مستوى معينًا من الانتشار بين الجماهير. وأحيانًا يكون ذلك لأسباب جيدة، وأحيانًا يكون لأسباب سيئة.

ينبغي أن تسعى حملتك إما إلى التواصل من خلال وسم رائج موجود مسبقًا أو من خلال تحديد حيز يمكن أن يحتله وسم جديد وذو صياغة جيدة ومدروسة من أجل تناول قضية معينة، ومن ثم تتم الاستفادة من ذلك الوسم بجعله محور حملتك على تويتر.

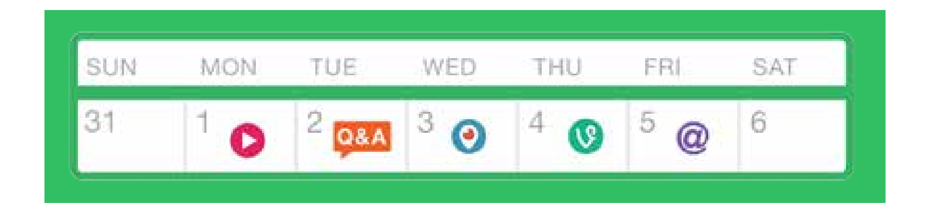
عندما تستخدم وسمًا يضم أكثر من كلمة، فاحرص على كتابة الحرف الأول من كل كلمة في صورته الكبيرة. فهذا يُسهل من قراءته من أول مرة.

الموضوعات الرائجة
كما ذكرنا في الصفحة السابقة، تتيح لك الموضوعات الرائجة تحديد القضايا التي تحمس الجمهور الذي تريد الوصول إليه. وتبرز الأهمية البالغة لمثل هذه المعرفة عند إنشاء رسالة يُحتمل أن يكون لها صدى، حيث إنها تنشر الوعي لما يحدث في المجتمع.

عندما تستخدم تويتر من جهاز كمبيوتر مكتبي، يمكنك العثور على قائمة "الموضوعات الرائجة" جهة اليسار في الخطّ الزمنيّ الخاص بك أو ستوجد جهة اليمين من تغريداتك إذا كنت في صفحة ملفك الشخصي. أما إذا كنت تستخدمه من خلال هاتف محمول، فانقر فوق شريط البحث وستظهر قائمة منسدلة تعرض لك الموضوعات الرائجة المتداولة في تلك اللحظة.

لاحظ أنه يمكنك شراء "موضوع رائج مروّج" لتعزيز وصول رسالتك. لمزيد من المعلومات عن منتجات تويتر الإعلانية، تفضل بزيارة: business.twitter.com.

تقويم المحتوى



عند التخطيط لأي نوع من حملات التواصل، فمن المفيد تحديد الأنشطة الخاصة بكل يوم في تقويم المحتوى. ولا يوجد فرق عند التفكير في ماهية شكل المحتوى على تويتر أو Periscope أو باستخدام كاميرا Vine. وفيما يلي مثال سريع لتوجيه تفكيرك:

الاثنين انشر فيديو على تويتر للإعلان عن بدء الحملة.
الثلاثاء استضف جلسة لطرح أسئلة والإجابة عنها على تويتر مع أحد الأعضاء أو المتطوعين الأكثر بروزًا ومكانة في الحملة.
الأربعاء إذا كنت تنوي عقد حدث للحملة، فيمكنك بث لحظاتك البارزة مباشرة من خلال تطبيق Periscope.
الخميس أنهِ يومك بفيديو متكرر لمدة ست ثوان يتم إنشاؤه باستخدام كاميرا Vine التي تلخص تقدم الحملة.
الجمعة حمِّل أربع صور وأشر إلى مستخدمين آخرين فيها، مع الإشارة إلى أبرز أحداث الأسبوع.

وضع شعار تويتر على كل ما يمثل حملتك

لتعزيز حملتك، ينبغي أن تأخذ نشاطك إلى أرض الواقع بعيدًا عن شبكة الإنترنت والإشارة إلى وجودك على تويتر قدر الإمكان. فيمكنك وضع شعار تويتر (الطائر) واسم المستخدم الخاص بك في توقيع بريدك الإلكتروني أو في الترويسة أو على بطاقات الأعمال أو على موقعك الإلكتروني أو حتى على سيارة منظمتك، وذلك مثلما فعلت شرطة نيويورك (NYPD). ومن المفيد أيضًا إدماج اسم المستخدم والوسوم في خطط الفاعليات التي تقيمها في هذا الخصوص. لذا، فإذا كنت تستضيف مؤتمرًا أو اجتماعًا وتريد من الحضور المشاركة في محادثة على تويتر، فعليك أن تحرص على ظهور الوسم المتعلق بالحدث على جميع المواد المطبوعة في الحدث، أو أن تضع شاشات حول المكان تتدفق عليها باستمرار تغريدات منتقاة وخاضعة للإشراف عن الحدث. ويمكنك مطالعة بعض الأمثلة على ذلك فيما يلي من تغريدات خاصة بالجمعية العامة التابعة للأمم المتحدة التي عُقدت في نيويورك في شهر سبتمبر الماضي.

ستحظى بمزيد من التفاعل والمشاركة وتبني قاعدتك بمرور الوقت، كما ستظهر في الوقت نفسه قدرة على الجمع بين جميع الوسائط في سبيل توصيل رسالة مترابطة.

وضع الشعار وإظهاره بشكل مميز في الجمعية العامة للأمم المتحدة



ترجمة التغريدة: يتجه زعماء العالم حاليًا صوب مدينة نيويورك! انضم إلى المحادثات التي تُجرى عبر الإنترنت حول الجمعية العامة للأمم المتحدة من خلال الوسم #UNGA!
un.org/en/ga/



ترجمة التغريدة: الجمعية العامة للأمم المتحدة #UNGA #un70 أصبحت على استعداد لبدء العمل، لقد حصلتُ على كل ما أحتاج إليه، "شكرًا" @Evins @_rasr13





وضع شعار تويتر وعلاماته على سيارات شرطة نيويورك

ترجمة التغريدة: تواصلوا معنا بسهولة من خلال المعلومات المنشورة على سياراتنا!!

أسئلة وإجابات تويتر

قد يكون لدى العديد من المستخدمين الذين تريد التواصل معهم أسئلة عن حملتك أو منظمتك. وربما يحتاجون إلى المزيد من المعلومات قبل اتخاذ قرار إيجابي بتقديم الدعم لقضيتك. ويعد عقد جلسة أسئلة وإجابات على تويتر وسيلة رائعة لك للتواصل مع هؤلاء المستخدمين.

وفيما يلي طريقة القيام بذلك والاستفادة منه. حدد وسمًا يستطيع المستخدمون استخدامه إذا كانوا يريدون طرح سؤال، مثل #اسأل_الرئيس. وأعلن عن عقد جلسة للأسئلة والإجابات قبل البدء بعدة ساعات. وذكّر المستخدمين المتابعين بتغريدة ثانية قبل البدء بنصف ساعة تقريبًا. بعد ذلك، وفي الوقت المحدد، يمكنك الإجابة عن الأسئلة التي طرحها المستخدمون على الوسم.

تتمثل أهمية جلسة الأسئلة والإجابات على تويتر في أنها تجعلك تتواصل مع المستخدمين الذين ترغب في الحصول على دعمهم وتحتاج إليه. فهي دليل شخصي على رغبتك في التفاعل والإخبار والإقناع.

التغريد المباشر

ذكرنا كيف أن إحدى ميزات تويتر البارزة هي قدرته على توثيق الأحداث المباشرة. وتستفيد الحملات من هذه الميزة عند عقد فعاليات مباشرة، مثل الاحتجاجات أو إطلاق برنامج ما. وإذا كنت تعتقد أن الحدث سيمثل أهمية لمتابعيك أو الجمهور بشكل عام، فإنه يمكنك التغريد المباشر بشأنه، وربما استخدام وسم فريد، وإتاحة الفرصة لمن ليسوا في هذا الحدث بمتابعة تحديثاته وتطوراته أينما كانوا.

يمكنك الربط بين هذه التغريدات عن طريق الرد على كل واحدة بدورها. وما عليك سوى الضغط على الزر "ردّ" في أحدث تغريداتك وحذف اسم المستخدم في بداية الرد على التغريدة، ثم الاستمرار في التحديث.

إنشاء الحملات الإعلانية على تويتر

الحملات الإعلانية التفاعلية

الحملات الإعلانية التفاعلية

تتمخض العديد من أفضل اللحظات على تويتر من رحم العفوية. ونظرًا لأنها قد تكون شيئًا ما مزاجيًا أو عارضًا أو غاية في الجدية، فربما تشعل هذه اللحظات شبكة الإنترنت في غضون دقائق وتصبح ظواهر عالمية. فكر في الهاشتاج JeSuisCharlie# (أنا تشارلي) وكيف عبر عن الوحدة، ليس فقط في أوساط الباريسيين، بل بين العالم والشعب الفرنسي.

على الرغم من أنه من غير اللائق أن نقول بعدم قدرة المنظمات غير الحكومية على التخطيط لهذه المناسبات، فهناك طرق يمكن من خلالها استخدام تويتر استخدامًا فاعلاً وبطريقة تفاعلية. فعلى سبيل المثال، يمكن استخدامه للرد بالبينة والحجة على بيان متعلق بقضية ما وتصحيحه. وفي هذه السطور، يمكن الاطلاع على مثال مثير في هذا الخصوص، وهو كياسة الوفد الكندي إلى منظمة حلف شمال الأطلسي (الناتو):



ترجمة التغريدة: تحديد المناطق الجغرافية يمكن أن يكون أمرًا صعبًا. فيما يلي دليل يمكن الاسترشاد به من قبل الجنود الروس الذين لا يزالون يضلون طريقهم ويدخلون "بطريق الخطأ" إلى أوكرانيا #Ukraine

يمكن استخدامه أيضًا للتفاعل في الحملات التي تكون بشكل مباشر بين اثنين. فعندما يرد مستخدم على محتوى غرَّدتَ به في حملة معينة، حاول أن ترد بطريقة بنَّاءة. وإذا نجح التفاعل، فسيراه الآخرون وسيكون أمرًا مقنعًا برسالتك أكثر من أن يكون في صورة تجربة يتم فقط بثها بشكل مباشر.

الرد وتدقيق الحقائق

نظرًا لطبيعته المباشرة والعامة، فإن تويتر يعد المنصة المثالية لتدقيق حقائق البيانات والتصريحات والرد على المزاعم والنقاشات. وقد استخدمت العديد من الحملات تويتر من أجل هذا الغرض، ولا سيما حملتا المرشحين في انتخابات الرئاسة الأمريكية لعام 2012، باراك أوباما وميت رومني. فالحساب @OFATruthTeam الخاص بأوباما والحساب @RomneyResponse الخاص برومني كانا بمثابة حسابين مخصصين للردود السريعة لكل فريق، حيث تم استخدامهما لتصحيح المعلومات المسجلة إذا لزم الأمر والتصريحات المعارضة المتناقضة. ويتيح هذا الاستخدام لتويتر سماع الأصوات الموثوق بها وإقرارها من جانب مستخدمين آخرين، مثل الصحفيين.



ترجمة التغريدة: "@MurtazaGeoNews:
يرسل المسلمون البريطانيون رسالة واضحة
إلى هؤلاء القتلة الطائفيين في تنظيم
داعش ‎#IS #ISIS -- #notinmyname pic.
twitter.com/L364iDaOg0"

الوسم ‎#NotInMyName

تعد مؤسسة Active Change Foundation، التي يقع مقرها في شرق لندن، منظمة مجتمعية تم إنشاؤها بهدف حماية الشباب والعائلات ووقايتهما من مظاهر الاضطرابات والعنف بجميع أشكالها. وقد تم إنشاء الوسم ‎#NotInMyName (لا يمثلني) نتيجة ظهور تنظيم داعش (ISIS) ورغبة شباب مسلمين بريطانيين في إظهار تضامنهم ضد هذا التنظيم وأفعاله. وقد شغلت هذه الرسالة البسيطة تفكير المسلمين في جميع أنحاء العالم، والذين انضموا إلى أقرانهم وغردوا هذه الرسالة مئات الآلاف من المرات. فكانت رفضًا قويًا لأفعال داعش واستخدامًا تفاعليًا لتويتر.

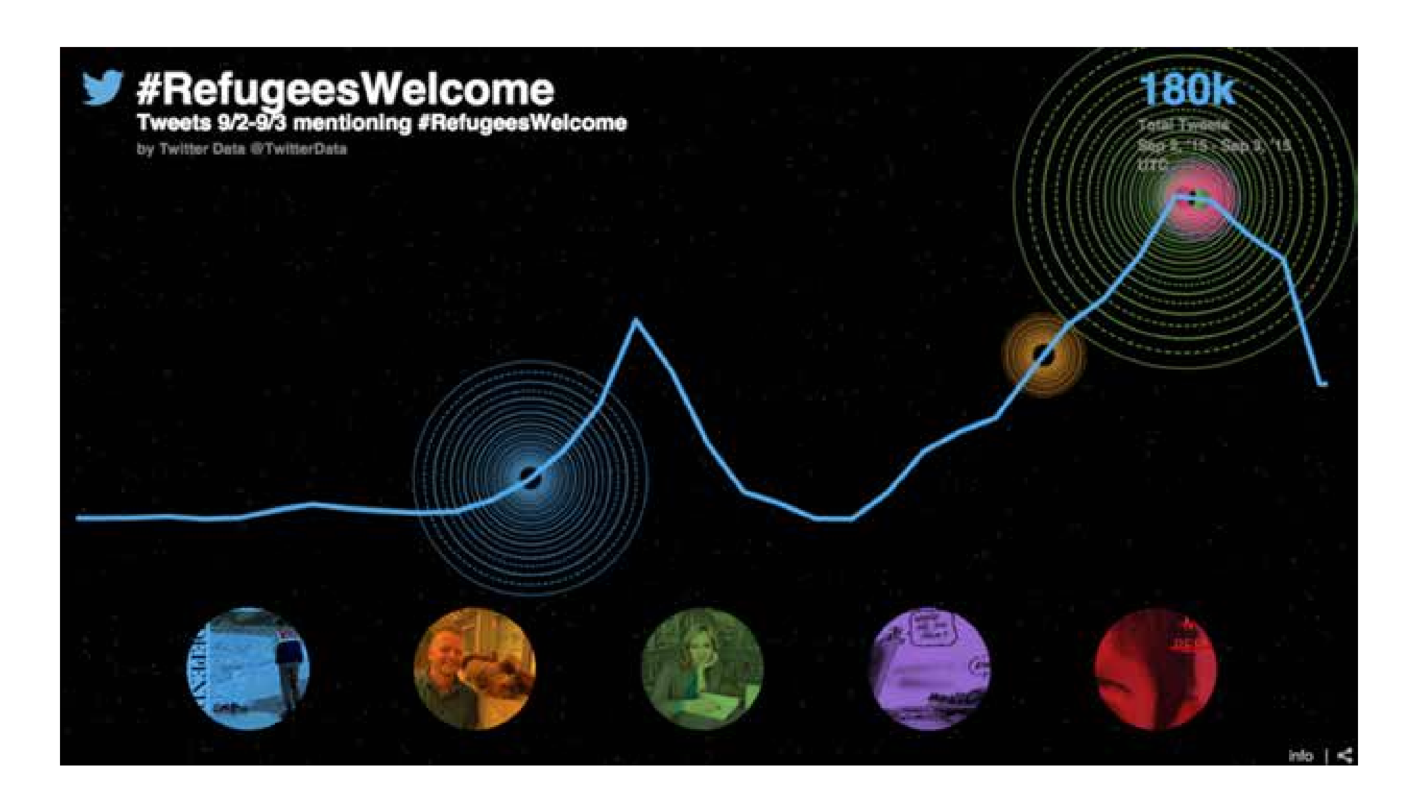


ترجمة التغريدة: قمت للتو بتحديث
منشوري عن "الوسيط" الذي ابتكرته!
‎#iLookLikeAnEngineer

الوسم ‎#ILookLikeAnEngineer (أبدو كمهندسة)

بدأ هذا الوسم في أوائل أغسطس 2015 بمقالة قصيرة من المهندسة "إيزيس أنكالي" (Isis Anchalee). وخلالها، تناولت بالتفصيل التجارب السلبية التي مرت بها في حياتها المهنية نتيجة للتصور الذي عفا عليه الزمن وهو عدم ملاءمة المرأة لممارسة هذه المهنة. وانتشرت مقالتها هذه بشكل هائل وانطلقت على إثرها مجموعة هائلة من المهندسات اللائي غرَّدن على الوسم الخاص بها بصور لهن، والتي كانت غالبًا مرفقة بعدة سطور تروين فيهن تجاربهن. وعلى الرغم من أن إدراج أنكالي لهذا الوسم كان مدروسًا، فإنه أحدث تفاعلاً لم تكن تتوقعه. فقد كان الوسم موضوعيًا ومناسبًا وله صدى عند المستخدمين.

قوة الإيجابية



ما بدأ على أنه صورة مأساوية للطفل آلان الكردي البالغ من العمر ثلاثة أعوام تحول إلى حركة تعاطف وأمل، حيث أعرب المواطنون في أوروبا وجميع أنحاء العالم علانية عن ترحيبهم باللاجئين. وعندما لجأ الناس إلى مواقع التواصل الاجتماعي لمشاركة آرائهم في هذا الخصوص، فقد تحدوا الظلم الذي رأوه ليس بالغضب أو بلغة التصادم أو الصراع، وإنما بالتحدث إلى الأكثر احتياجًا وتقديم رسالة تعبر عن التعاطف.

على الرغم أنه من المفترض غالبًا أن يكون الغضب هو ما يجعلنا نشارك المحتوى، وفي أوج هذه اللحظات نسمح لغضبنا أحيانًا بأن يستهلك ردودنا على الصراعات أو الأحداث المؤلمة، فإنه تتم على الأرجح مشاركة محتوى إيجابي.

"على الرغم من أن الحكمة الشائعة تشير إلى أن الناس يميلون إلى تناقل الأخبار السلبية أكثر من تلك الإيجابية، فإن نتائجنا تشير إلى أن الأخبار الإيجابية تكون أكثر انتشارًا في الواقع. إضافة إلى ذلك، ومن خلال فحص المتن الكامل لمحتوى صحيفة "نيويورك تايمز" (أي جميع المقالات المتاحة)، وجدنا أنه على الأرجح تتم مشاركة المحتوى الإيجابي بشكل كبير للغاية مقارنة بغيره، حتى بعد فحصنا لعدد مرات حدوثه." — مجلة أبحاث التسويق (Journal of Marketing Research)

استخدام تويتر في حالات الطوارئ

لقد أصبح تويتر، على مدار تاريخه البالغ 10 أعوام، أداة حيوية لأولئك الذين يتجاوبون أو يتأثرون بحالات الطوارئ والكوارث. وسواء أكانت كارثة طبيعية أم هجومًا، يمكّن تويتر المستخدمين من طرح آخر المستجدات العامة والتواصل مع الأفراد وتنسيق الاستجابات.

إذا كانت منظمتك غير الربحية من المنظمات التي تشارك في الاستجابة لحالات الطوارئ، فيمكن اعتبار تويتر شبكة لا تتيح لك فقط إمكانية الوصول إلى متابعيك، وإنما تتيح لك أيضًا الوصول إلى قاعدة أوسع من الجماهير ووسائل الإعلام التي ستنشر رسالتك، فضلاً عن أصحاب المصلحة الآخرين ممن يهتمون بالأمر.

لاحظ أيضًا أن المستخدمين في أوقات الأزمات يبدؤون في إطلاق وسوم تلقائية للإشارة إلى توفر المساعدة لضحايا هجوم أو أزمة ما. ويكمن أحد الأمثلة على ذلك في الوسم الذي أُطلق بسبب الهجمات الإرهابية على كل من باريس ونيس، وهو وسم PorteOuverte#، ويعني #الباب_مفتوح. وكان هذا الوسم بمثابة طريقة بسيطة للمستخدمين من أجل توفير المأوى للمنكوبين. وإذا رأت منظمتك أن هذه الطريقة ملائمة، فحينها يمكنك الانضمام إلى المحادثات التي تُعقد في هذه الوسوم وعرض المساعدة. أو بدلاً من ذلك، يمكنك بدء وسم جديد خاص بك لزيادة الوعي بالدعم الذي يمكنك تقديمه.



ترجمة التغريدة: لم أرَ مطلقًا مثل هذا الشكل من التضامن على نحو ما رأينا قبل عام... مئات التغريدات على الوسم #PorteOuverte (الباب_مفتوح)، ومئات الأشخاص في الشارع...

إنشاء الحملات الإعلانية على تويتر

استخدام تويتر لإنشاء شبكات التواصل والتنظيم

استخدام تويتر لإنشاء شبكات التواصل والتنظيم

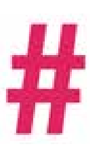
على مدار السنوات العشر الماضية، تم استخدام تويتر استخدامًا ناجحًا من قبل العديد من الأفراد والمنظمات لإنشاء شبكات تواصل والترويج لمبادرات وحملات وأفكار. ويرى المستخدمون قوة الربط الشبكي التي يتميز بها تويتر، فضلاً عن قدرته على ربطهم بالأفراد والجهات التي تحظى باهتمامهم، ومن ثم يستغلون ذلك في دعم قضيتهم وهواياتهم.

يكمن أحد الامثلة البارزة على ذلك في الوسم BlackTwitter# والوسم المرتبط به BlackLivesMatter#.

طالع هذه المقالة في مجلة The Atlantic للحصول على محادثة أكثر تفصيلاً عن مدى نجاح الوسم BlackTwitter#.

فيما يلي لمحة سريعة عن بعض ميزاته البارزة وكيف يمكن الاستفادة منها إذا كنت تستخدم تويتر لبناء شبكة تواصل أو تنظيم حركة.

الوسوم



يتمثل أبسط تعريف للوسوم في أنها طريقة لفهرسة التغريدات حول موضوع معين. ولكنها أصبحت أكثر من ذلك. فبعض الوسوم أصبحت تحظى بشهرة واسعة للغاية، مثل BlackLivesMatter#، ويُنظر إليها باعتبارها أوضح وأكثر رسالة يمكن فهمها بسهولة لحركة أكبر.

يستخدم المستخدمون الوسوم للانضمام إلى محادثة معينة، وللتعبير عن اهتمامهم بالموضوع الذي يتناوله الوسم، إلى جانب التواصل مع الآخرين الذين يشاركونهم الرأي. وفي هذا السياق، قد يكون استخدام الوسم إحدى طرق التعريف بالذات؛ حيث يظهر المستخدم إما داعمًا لموقف معين أو معارضًا له.

قد يستخدم المنظمون الوسوم لتحديد المستخدمين الذين قد يفضلون الانضمام إلى حركة أو حضور إحدى فعاليات حملة ما. ويمكنهم بناء شبكة تضم المستخدمين المشاركين لهم في الرأي واستغلال المناقشة حول الوسم لتعزيز الوعي.

لقاءات تويتر
عندما يتفاعل أصحاب الأفكار المتشابهة مع بعضهم البعض على تويتر، فأحيانًا يقررون تنظيم اجتماعات. وتُسمى هذه الاجتماعات لقاءات تويتر (أو Tweetups). فهي تحول المحادثات التي تتم عبر شبكة الإنترنت إلى محادثات تتم على أرض الواقع بعيدًا عن هذه الشبكة، حيث تتطور بشكل أكبر ويتم تعزيز شبكة التواصل. وقد يصبح "لقاء تويتر" ذاته موضوعًا رائجًا أو متداولاً، حيث يناقش الحضور الآراء التي لديهم. وهذه الفعاليات تقلل الحاجز بين التواصل عبر الإنترنت والتواصل بدونه.

الاجتماعات الفردية
يلتقي بعض المستخدمين كذلك بشكل ثنائي عندما يتواصلون من خلال مناقشات تتم عبر تويتر. وتخدم هذه الاجتماعات الغرض ذاته مثل "لقاءات تويتر" الأكبر حجمًا. فالمحادثات تتطور أكثر ويتعمّق التواصل.

إنشاء الحملات الإعلانية على تويتر

تويتركمرفق عام: مدينة خون الإسبانية

تويتر كمرفق عام: مدينة خون الإسبانية

إن تويتر ليس فقط منصة يستطيع الأفراد من خلالها مشاركة الأخبار والتناقش حولها. فهو أيضًا بمثابة مرفق عام وتم استخدامه على هذا النحو من قبل جهات حكومية، وذلك على الصعيدين الوطني والمحلي.

في صيف 2016، أطلقت هيئة النقل في لندن (@TfL) خدمة تنبيهات مباشرة لمتابعيها الذين يرغبون في تلقي تحديثات مباشرة عن خطوط معينة. وكانت هذه الشراكة هي الأولى من نوعها على مستوى العالم، وتوضح كيف يمكن استخدام تويتر لخدمة العملاء عن طريق الاستفادة من الطبيعة الحية أو المباشرة التي تتميز بها هذه المنصة.

رأت مدينة إسبانية إمكانية استخدام تويتر كمرفق عام في عام 2011، ومنذ ذلك الحين نقلت خدمات التواصل وإبداء الملاحظات التقييمية مع الجمهور إلى موقع تويتر. فقد أدمجت مدينة Jun، والتي تُنطق "خون"، تويتر في كل جانب من جوانب التنظيم داخل هذه المدينة. ويُشجَّع كل مقيم داخل هذه المدينة على إنشاء حساب ويقدَّم تدريب لهؤلاء الذين لا يجيدون التعامل مع هذه المنصة. ويُشجَّع المواطنون على التغريد على الحسابات العامة إذا كان لديهم استفسارات أو يريدون الإبلاغ عن مشكلات تتعلق بالطرق أو إنارات الشوارع أو أي عوامل إزعاج قد يتعرضون لها من وقت لآخر.

وتفخر العديد من المنشآت العامة والسيارات بظهور أسماء المستخدمين الخاصة بهم على تويتر، مما يُسهّل على المقيمين داخل المدينة متابعتهم والتغريد على حساباتهم إذا لزم الأمر. بل إن الشرطة قامت بتطريز اسم المستخدم الخاص بها على تويتر على أكمام قمصان عناصرها:



ترجمة التغريدة: يتم عرض حسابات تويتر الرسمية بشكل بارز على سيارات الشرطة والزي الرسمي لها، على سبيل المثال.

القوة للمستخدمين (من يغردون)

بفضل هذا الدمج غير المسبوق لتويتر في إدارة شؤون المدينة، فقد رأينا بعض القصص الرائعة فيما يتعلق بالشكل الذي يمكن أن تبدو عليه "ساحة مدينة تويتر":

- يجمع عمدة المدينة البنود الخاصة بجدول أعمال مجلس المدينة عبر تويتر (@AyuntamientoJun) ويعرض تغذية مباشرة وغير مصفاة على تويتر لكل اجتماع عام.
- يمتلك كل عضو في مجلس المدينة معرّفًا شخصيًا على تويتر؛ ويمتلك المواطنون خط اتصال مباشرًا مع قيادة مدينة خون.
- يستطيع المواطنون المقيمون في المدينة التغريد عن مشاكل تقع ضمن اختصاصات عمدة المدينة، والذي يرد علانية على تويتر عن الطريقة التي ستُحل بها هذه المشاكل، بالإضافة إلى طريقة وموعد حل المشكلة. على سبيل المثال، بعد الإبلاغ عن وجود أسلاك مكشوفة، تمت تغطيتها على نحو ملائم في غضون حوالي 24 ساعة.
- تشجع مدينة خون المواطنين من جميع الأعمار على تعلم كيفية استخدام تويتر. بل إن المقيمين كبار السن نشطون في الحياة المدنية ويتفاعلون مع الآخرين على تويتر.

عمدة مدينة خون



The New York Times

The Spanish Town That Runs on Twitter

By MARK SCOTT JUNE 7, 2016



Jun, with a population of 3,500, has turned to Twitter to help it provide many public services.
Laura Leon for The New York Times

عنوان رئيسي: المدينة الإسبانية التي تدير شؤونها من خلال تويتر

theguardian



Welcome to Jun, the town that ditched bureaucracy to run on Twitter

Residents of the Spanish town use Twitter for everything from reporting crimes to booking doctor's appointments. Is this the future of local government?



Jun's obelisk, the centrepiece of a roundabout, decorated with a Twitter mosaic

عنوان رئيسي: مرحبًا بكم في مدينة خون، المدينة التي تخلصت من البيروقراطية من خلال إدارة شؤونها عبر تويتر

إنشاء الحملات الإعلانية على تويتر

#تويتر_والدبلوماسية

#تويتر_والدبلوماسية

المحتوى المقدم بإذن كريم من شركة Burson-Marsteller

أصبح تويتر القناة المفضلة للدبلوماسية الرقمية بين القادة والحكومات ووزارات الخارجية والدبلوماسيين على مستوى العالم، وذلك وفقًا لمجموعة من الدراسات التي تحمل العنون "تويتر والدبلوماسية" (Twiplomacy) التي أجرتها شركة Burson-Marsteller المعنية بالعلاقات العامة والاتصالات الإستراتيجية العالمية، حيث تتبعت نشاط قادة عالميين على تويتر منذ عام 2012.

لماذا يستخدم القادة والدبلوماسيون العالميون تويتر؟ هناك عدد من الأسباب:

1. كأداة للدبلوماسية العامة، يمكن استخدام تويتر لتحقيق نوع من الاتصال العام بين القادة والدبلوماسيين العالميين وحتى يرى المجتمع الدولي مثل تلك الاتصالات. وهذا يبني السمعة الجيدة وثقة الجمهور.
2. يمكن إصدار بيانات وإعلانات على تويتر، وهي تصل إلى الجمهور العالمي على الفور.
3. نظرًا لأن تويتر منصة للتفاعل مع الفعاليات والأحداث الحية، فهو يمثل الاختيار الافتراضي للموظفين العموميين.
4. نظرًا لأن التواصل مع العامة وممارسة قوة الإقناع يمثلان جزءًا من مهمة القادة والدبلوماسيين على مستوى العالم، فبإمكانهم التغريد عن الأحداث التي تقع ضمن خبايا أعمالهم الخاصة.
5. يوفر تويتر للقادة والدبلوماسيين على مستوى العالم منصة من أجل حضور إنساني وصريح أكثر مما قد يظهرون عليه في التفاعلات والالتزامات الرسمية.

بالنظر إلى أن 90% من قادة الدول الأعضاء في منظمة الأمم المتحدة والبالغ عددها 193 دولة نشطون حاليًا على منصة تويتر، فمن الواضح أن هذا الموقع هو شبكة التواصل الاجتماعي المفضلة لدى القادة العالميين. وفي هذا المنوال، فإنهم يسيرون على نهج الرئيس الأمريكي السابق باراك أوباما، الذي كان أول قائد عالمي ينشئ حسابًا على تويتر في أوائل عام 2007 عندما كان عضوًا في مجلس الشيوخ عن ولاية إلينوي. وقد كان باراك أوباما الزعيم العالمي الأكثر شعبية من حيث عدد المتابعين على موقع تويتر، حيث كان يتابعه 79.5 مليون مستخدم على حساب حملته @BarackObama وبذلك كان يسبق البابا فرنسيس (@Pontifex) الذي كان يتابعه 28 مليون متابع على حساباته المنشأة بتسع لغات، ورئيس وزراء الهند ناريندرا مودي الذي اقترب عدد متابعيه من 24 مليون متابع على حسابه الشخصي @narendramodi و14.3 مليون متابع على حسابه المؤسسي @PMOIndia. (الأرقام المذكورة أعلاه صحيحة وقت النشر.)



عنوان رئيسي: أفضل قادة العالم تواصلاً لعام 2016

من المفترض أن يكون الحساب المؤسسي للرئيس الأمريكي @POTUS، الذي أُنشئ في مايو 2015، قد انتقل إلى الرئيس الأمريكي الجديد الذي تم انتخابه في 2017. وقد بلغ متوسط عمليات إعادة التغريد الخاصة بتغريدات الرئيس أوباما 12000 مرة للتغريدة الواحدة. ومن المثير للاهتمام، أن الحساب المؤسسي @POTUS كان لا يغرد إلا في أوقات متفرقة، ولكن عندما يغرد، تتحول تغريداته إلى أخبار تتصدر العناوين، مثل تغريدته التي حددت السمة الأساسية لزيارته إلى كوبا في مارس عام 2016.



ترجمة التغريدة: لقد وصلتُ إلى كوبا للتو، وأتطلع إلى لقاء الشعب الكوبي والاستماع منه مباشرة.



أعلاه: عاملة في مجال تقديم المساعدات تابعة للأمم المتحدة

تعد دائرة العمل الأوروبي الخارجي (@EU_eeas)، وهي فرع السياسة الخارجية التابع للاتحاد الأوروبي، أفضل مؤسسة حكومية من حيث الاتصال بالآخرين، حيث تتابع على نحو متبادل 122 وزارة خارجية وزعيمًا عالميًا. وتأتي كل من وزارة الخارجية الروسية (@mfa_russia) ووزارة خارجية النرويج (@NorwayMFA) في المركزين الثاني والثالث، حيث تحافظان على علاقات ودية عبر تويتر مع 112 و101 وزارة خارجية أخرى، على التوالي.

تستخدم العديد من وزارات الخارجية تويتر لإقامة علاقات متبادلة على تويتر، وذلك من خلال متابعة بعضها البعض على هذه المنصة والإشارة إلى بعضها الآخر على نحو منتظم. فقد استخدمت وزارة الخارجية الأمريكية تويتر لإعادة تأسيس علاقات مع نظيرتها الكوبية في 26 مارس 2015، وهو اليوم الذي تم فيه الإعلان عن إعادة العلاقات الدبلوماسية بين البلدين. وبادلتها وزارة الخارجية الكوبية الأمر ذاته بعد عدة ساعات، وذلك قبل شهرين من إعادة العلاقات الدبلوماسية الرسمية.

يعد حساب الأمم المتحدة على تويتر @UN أشهر حساب لمنظمة غير حكومية على تويتر. ويتابعه 296 حسابًا من أصل 793 حسابًا لقادة عالميين على تويتر. وتعد صحيفة نيويورك تايمز (@nytimes) أكبر مؤسسة صحفية لها متابعون على تويتر، وبذلك تسبق منظمة اليونسيف @UNICEF، التي تستخدم هذه المنصة التفاعلية باعتبارها ناشر أخبار قويًا وآنيًا حول القضايا التي تواجه الأطفال على مستوى العالم.



أعلاه: ردهة مكتب وزارة الخارجية البريطانية

على مدار الأعوام الخمسة الماضية، وسّعت وزارات الخارجية شبكاتها الدبلوماسية بشكل كبير، وذلك من خلال وضع مهامها وسفرائها على تويتر. ووفقًا لقائمة @Twiplomacy (الدبلوماسية وتويتر) على تويتر، يوجد 5000 سفارة وسفير نشطين على تويتر. ففي لندن ونيويورك وواشنطن وبروكسل وجينيف، لم تعد البعثات الخارجية تتجاهل النشاط الدبلوماسي على فضاء تويتر، وحتى العديد من البعثات الصينية تغرد بنشاط على تويتر في الوقت الراهن.

ربما تمتلك وزارة الخارجية البريطانية @foreignoffice أكبر شبكة علاقات "دبلوماسية على تويتر" وتحتفظ بقائمة عامة على تويتر تبلغ 305 من السفارات والسفراء ونواب رؤساء البعثات. بينما تحتل كندا المركز الثاني ووزارة الخارجية الأمريكية المركز الثالث، ولهما على التوالي 227 و213 بعثة ورؤساء بعثات على تويتر.

على الرغم من أن كل بعثة يتابعها في المتوسط أقل من 1000 متابع، فإن تكوين شبكة دبلوماسية فاعلة يعد أمرًا بالغ الأهمية من أجل الوصول إلى الفاعلين المحليين والمساعدة في نشر رسالة الحكومة خارج حدودها. وفي مايوم 2016، بدأت وزارة الخارجية الإسرائيلية إعادة تغريد رسائل إيجابية من خلال حساباتها الرسمية البالغ عددها 152 حسابًا إلى أكثر من مليون متابع، ودعت مستخدمي تويتر الآخرين إلى الانضمام إلى حملة #IsraelRetweetedMe.

ةديرغت يجية فراخال مهتسايقة لسيقدال قورفال عيمج نع يربعتال مهنامكإب ناك إذا امفي نييساولمبدال ضعب كشكت رامتسا مبرغ
ىلع يزكرتال نإف ،ةدحاو280دقو .مهتلااصتا يف ىوقأ لا بشكورثؤيو ةقر دثكوا أنكوي نىى ألع نيالآخر نييساولمبدال دعاس دق ارقًح
تايلمع يف اهضت بعاالحكوم بقرات كلذك .نهع لا غنى رابأخ ردمصو ةديفية مساولمء دبابنلة ألكو هرابتعار بتيوت نيوساولمدب فشتكا
ةصالة خاسر ومة ألع ةديرغت لسرت تاكومح ىرت نأ رداغير الن نم حبصأو .قيقدو فثمك لبشك تنرتنر الإبع اهب مقوت يتال لصاوتال
لأدب ىكومة أخرح إلى ةرشابة. ميديلقتية الساولمبدال يعاسمالو اتردابمال نم

دراسة حالة: الاتفاق النووي الإيراني

يمكن تتبع التقدم المُحرز في الاتفاق النووي الإيراني من بدايته حتى نهايته على تويتر. فبداية من الاقتراحات والمشاورات الأولية بين الرئيسين أوباما وروحاني في عام 2013 وحتى إعلان الاتفاق النهائي في يوليو 2015، أظهر كلا الطرفين اهتماماتهما وتجاربهما على تويتر ليتعرف عليها مواطنيهما ومتابعيهما. وقد رغبا أيضًا في تقديم رواياتهما الخاصة، حيث سعى كل منهما إلى أن يكون له تأثير في التصور العام لشروط الاتفاق وأحكامه.

لقد كان الأمر معلمًا بارزًا في ممارسة الدبلوماسية العامة والحديثة.



ترجمة التغريدة: مكالمة هاتفية تاريخية في المكتب البيضاوي: الرئيس أوباما يتحدث مع الرئيس الإيراني حسن روحاني.

الرئيس أوباما يتصل بالرئيس الإيراني حسن روحاني في سبتمبر 2013، ليبدأ بذلك حوارًا عامًا على تويتر.



ترجمة التغريدة: بعد محادثة هاتفية تاريخية مع الرئيس أوباما @BarackObama، الرئيس روحاني #Rouhani على متن الطائرة مغادرًا العاصمة الإيرانية طهران متجهًا إلى اجتماعات الجمعية العامة للأمم المتحدة #UNGA.

فريق الرئيس روحاني يرد بصورة له وهو يتلقى مكالمة من الرئيس أوباما.



ترجمة التغريدة: مجموعة ٥+١ وإيران #Iran تتوصلان إلى اتفاق يتيح المعرفة والمحاسبة بشأن البرنامج النووي – ليس لعدد محدد من الأعوام، وإنما طوال فترة وجود البرنامج.

وزير الخارجية الأمريكي جون كيري يعلن عن الوصول إلى اتفاق بشأن الصفقة النووية على تويتر.

ترجمة التغريدة: انتهاء المحادثات الإيرانية #IranTalks. لقد توصلنا إلى اتفاق #IranDeal.

فيديريكا موغيريني، الممثل الأعلى للاتحاد الأوروبي للشؤون الخارجية والسياسة الأمنية، تعلن انتهاء المحادثات والتوصل إلى اتفاق جيد.



ترجمة التغريدة: لقد دعا أناس كثيرون للفريق المفاوض #negotiating خلال شهر رمضان المبارك، ويشرفني أن أعلن أن الله قد استجاب دعاءهم.

الرئيس روحاني يبدأ سلسلة من التغريدات عن الاتفاق بقوله إن شعبه كان يدعو من أجله.



ترجمة التغريدة: "بفضل هذا الاتفاق، لن تنتج إيران...اليورانيوم عالي التخصيب والبلوتونيوم القابل للاستخدام في الأسلحة" - @POTUS #IranDeal

البيت الأبيض يبدأ الترويج لمزايا الاتفاق بالنسبة للأمريكيين وشعوب العالم، موجزًا ما تضمنه الاتفاق وما لم يتضمنه.

دراسة حالة: الاتصالات العامة في أوقات الأزمات - الأزمة المالية في اليونان

خلال الأزمة المالية في اليونان عام 2015، وعندما كان ائتلاف اليسار الراديكالي السياسي في محادثات مستمرة مع مؤسسات الاتحاد الأوروبي حول التزامات ديونها، جرت المناقشات على تويتر بمقدار ما جرت خلف الأبواب المغلقة. وكما أشارت صحيفة الجارديان عن اليونانيين، قائلة: "لم يحدث من قبل أن تميزت حكومة متورطة في واحدة من أكبر الأزمات الاقتصادية في العالم بكتابة تغريدات جيدة للغاية. ولم يسبق أن استمرت حكومة في التغريد المباشر لمدة طويلة في ظل مشكلة سياسية متواصلة ومتفاقمة للغاية."

أدلى كل من رئيس الوزراء اليوناني أليكسيس تسيبراس ثم وزير المالية يانيس فاروفاكيس بتصريحات وأعلنا عن أمور خاصة بالأزمة على تويتر، كما أجريا اجتماعات مباشرة وعملية على تويتر، وصاغا القصص الخبرية العامة الخاصة بالمفاوضات. ولم تكن تعليقاتهما بشأن التطورات عقيمة، بل كانت بوجه عام ثرية بالجوانب الشخصية والرأي والفكر والمعلومات. وقد حظيت بمستوى هائل من التفاعل وجلبت تعاطفًا كبيرًا مع الموقف اليوناني.

وقد غرد ممثلو مؤسسات الاتحاد الأوروبي أيضًا بشأن المفاوضات، وجعلوا مواقفهم واضحة وتبدو بمظهر إيجابي وبنّاء. وبالمثل، غرد ممثلو مجموعة اليورو، والتي تمثل تجمع وزراء مالية الدول الأعضاء، بشأن التطورات الناجمة عن الاجتماعات، ولاحظ الصحفيون أن هذه التغريدات أصبحت المصادر الرئيسية للمعلومات المتعلقة بأحدث أخبار هذه الملحمة.

كانت هذه فترة مفيدة لأولئك المهتمين بكيفية استخدام تويتر في صياغة شكل الأحداث العامة في الأوقات العصيبة والأزمات.



عنوان رئيسي: كيف حول كل من تسبيراس وفاروفاكيس المأساة اليونانية إلى انتصار عبر تويتر



ترجمة التغريدة: الكذبة الأولى: تمت إعادة الوثيقة بسبب توقيع "خاطئ" (لم تتم إعادة الوثيقة مطلقًا)
الكذبة الثانية: كان التوقيع لي (إنه كان توقيع رئيس الوزراء)



ترجمة التغريدة: سيتم إجراء الاستفتاء #referendum يوم الأحد المقبل، والذي سيكون مصدر فخر وتكريم لسيادة شعبنا ومستقبلنا #Greece #vouli.



ترجمة التغريدة: نحتاج إلى أن نظل طموحين، في شراكتنا وفي مواجهة التحديات العالمية #EUCELAC enropa.en/repid/press-re...



ترجمة التغريدة: التغذية التي يقدمها تويتر من خلال الحساب @alexstubb أصبحت الآن القناة التي تتواصل من خلالها مجموعة اليورو.

إنشاء الحملات الإعلانية على تويتر

اللحظات:
إنشاء اللحظات

اللحظات: إنشاء اللحظات

لحظات تويتر هي عبارة عن قصص منظمة تدور حول ما يحدث حول العالم — وتكون مدعومة بواسطة التغريدات. ومن السهل إنشاء قصتك الخاصة من خلال "لحظات تويتر"، وهي طريقة رائعة لتجميع أفضل التغريدات من حملتك أو لتلخيص حدث ناجح.

كيفية إنشاء لحظة

هناك ثلاث طرق لبدء إنشاء لحظتك الخاصة. ويمكنك الوصول إلى "اللحظات" من خلال علامة التبويب "اللحظات" أو من خلال صفحة ملفك الشخصي أو من خلال تفاصيل أي تغريدة. وكل ما تحتاج إليه للبدء هو القليل من الوصف والتغريدات وصورة غلاف من اختيارك.

من علامة التبويب "اللحظات":

1. من علامة التبويب "Moments" (اللحظات)، انقر فوق الزر "Create New Moment" (أنشئ لحظة جديدة).
2. انقر فوق الحقل "Title your Moment" (عَنون لحظتك) حتى تمنح لحظتك اسمًا.
   ملحوظة: يمكن أن يصل طول العنوان حتى 75 حرفًا.
3. انقر فوق الحقل "Add a description" (إضافة وصف) لكتابة وصف للحظتك.
   ملحوظة: يمكن أن يصل طول الوصف حتى 250 حرفًا.
4. اختر التغريدات التي تريد إضافتها إلى لحظتك:
   أ.من القسم "Add Tweets to your Moment" (إضافة التغريدات إلى اللحظات" في أسفل الصفحة، يمكنك الوصول السريع إلى المحتوى لتحديد التغريدات من الخيارات التي تظهر "Tweets I have liked" (التغريدات التي أعجبت بها) و"Tweets by account" (التغريدات حسب الحساب) و"Tweet link" (رابط التغريدة) و"Tweet search" (البحث في التغريدات).
   ب. لإضافة تغريدة إلى لحظتك، انقر فوق أيقونة ✓
5. انقر فوق "Set cover" (قم بتعيين غلاف) لاختيار صورة غلاف من إحدى تغريداتك المختارة أو لتحميل صورة من جهاز الكمبيوتر الخاص بك. اسحب الصورة التي اخترتها لضبط "معاينة الجوال"، وانقر فوق الزر "Next" (التالي)، ثم انقر فوق الزر"Save" (حفظ).
   ملاحظة: لتغيير الصورة المحددة، قم بالمرور فوق صورة الغلاف وانقر فوق "Change cover media" (تغيير وسائط الغلاف). بعد تعيين وسائط الغلاف، ستتم نسبة مصدرها أسفل الصورة.
6. بعد تجميع التغريدات في مجموعتك، انقر فوق الزر "السهم لأعلى"^ أو "السهم لأسفل" ⌄ الموجود على يمين التغريدة لتحريكها للأعلى أو للأسفل.
7. انقر فوق الزر "delete" (حذف) ✕ لإزالة تغريدة ما من لحظتك.
8. انقر فوق الزر"crop" (قص) الموجود بجوار أيٍ من تغريداتك المحددة لإجراء اختيار للصور لعرض المحمول.
9. انقر فوق الزر "Finish later" (الانتهاء في وقت لاحق) أعلى الصفحة للحفظ كمسودة.
10. عندما تكون مستعدًا لبث لحظتك بثًا مباشرًا، انقر فوق الزر "Publish" (النشر) أعلى الصفحة.



من إحدى التغريدات:

1. انقر فوق الزر "المزيد" •••
2. حدد "New moment" (لحظة جديدة) لإضافة التغريدة إلى لحظة جديدة.
ملاحظة: سيتم أيضًا إدراج أية لحظات مكتملة أو مسوّدات لحظات قيد التقدم في القائمة المنسدلة للاختيار منها.
3. اتبع الإرشادات الواردة أعلاه لإكمال لحظتك.



من علامة التبويب "اللحظات" في صفحة ملفك الشخصي:

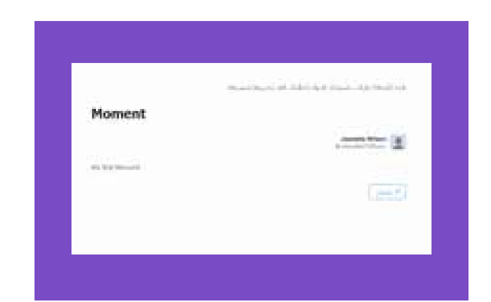
1. انقر فوق علامة التبويب "Moments" (اللحظات)، ثم انقر فوق الزر "Creat new moment" (أنشئ لحظة جديدة) للبدء.
2. اتبع الإرشادات الواردة أعلاه لإكمال لحظتك.

المزيد من الخيارات أثناء إنشاء اللحظة



من قائمة "المزيد" أعلى الصفحة:

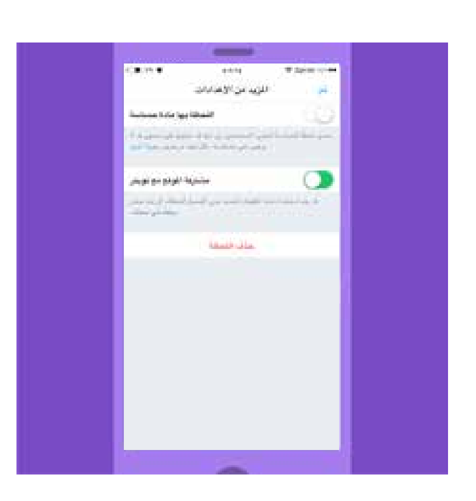
1. انقر فوق ••• "المزيد" أثناء الوجود في وضع المسودة.
2. حدد "Choose mobile theme color" (اختر لون نسق للجوال) إذا رغبت في تطبيق أحدها.
3. حدد "Mark that Moment contains sensitive material" (تحديد هذه اللحظة على أنها تحتوي على مواد حساسة) إذا كان ذلك مناسبًا.
4. حدد "Share Moment privately"(مشاركة اللحظة بشكلٍ خاص) لنسخ ولصق عنوان URL الخاص بحظتك لمشاركتها بشكلٍ خاص مع الآخرين.
ملاحظة: ستكون "اللحظة" مرئية فقط للأشخاص الذين لديهم عنوان URL، ولن تظهر على صفحة ملفك الشخصي أو تُنشر على تويتر.
5. حدد "Unpublish Moment" (إلغاء نشر اللحظة) لإلغاء نشر لحظة قمت بنشرها مسبقًا.
6. حدد "Delete Moment" (حذف اللحظة) لإزالة اللحظة من ملفك الشخصي ومن تويتر بشكلٍ نهائي.
ملاحظة: ستظهر لك رسالة تأكيد منبثقة لتأكيد الحذف.



بعد حفظ اللحظة كمسودة:

- يمكنك النقر فوق الز "Edit" (تحرير) أسفل وصف اللحظة للاستمرار في تحرير لحظتك.
- انقر فوق الزر "Tweet" (تغريد) أسفل وصف اللحظة لمشاركة لحظتك مع متابعيك.
- ملاحظة: سوف ينبثق صندوق إنشاء تغريدة ليتيح لك الفرصة لتحرير أو إضافة عنوان أو رابط للحظة التي تمت تعبئتها تلقائيًا في صندوق الإنشاء.
- انقر فوق زر "المزيد" ••• أسفل وصف اللحظة لإرسال لحظتك عبر رسالة خاصة، فضلاً عن مشاهدة النسخة، وتضمين الروابط في لحظتك.
- ملاحظة: عندما تمرر عبر لحظتك المحفوظة أو المنشورة، سوف تظهر لك قائمة منبثقة على يمينك حتى تتمكن من "تحرير" أو "تغريد" أو "إرسال" على النحو المناسب.

كيفية إنشاء لحظة على تويتر لنظام التشغيل iOS



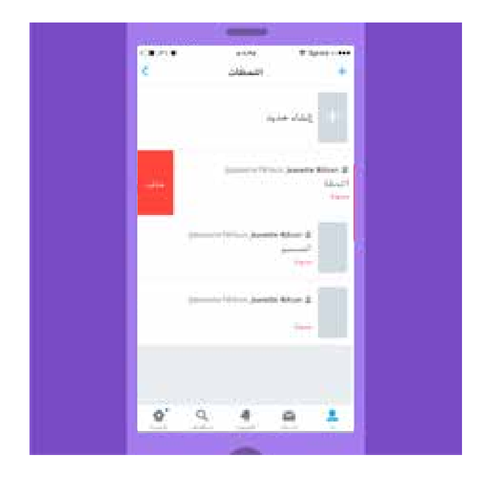
من ملفك الشخصي:

1. في القائمة العلوية، انقر فوق أيقونة ملفك الشخصي ⚙.
2. انقر فوق "اللحظات".
3. انقر فوق الأيقونة "زائد" .
4. انقر فوق الحقل "Set title" (تعيين عنوان) لمنح لحظتك اسمًا.
5. انقر فوق الحقل "Set description" (تعيين وصف) لإدخال وصف للحظتك.
6. انقر فوق "Done" (تم).
7. انقر فوق أيقونة "الغلاف" ثم انقر فوق أيقونة "الكاميرا" لإضافة صورة غلاف.
8. يمكنك إزالة أو قص أو اختيار صورة غلاف جديدة في أي وقت بالنقر فوق أيقونة الكاميرا .
9. اختر التغريدات لإضافتها إلى اللحظة التي أنشأتها: انقر فوق علامة التبويب "Add Tweets" (إضافة تغريدات) لتصل إلى المحتوى سريعًا لاختيار تغريدات من الأقسام "My Tweets" (تغريداتي) و"Liked" (المُعجَب بها) و"Search" (بحث).
10. بمجرد وجود التغريدات في مجموعتك، انقر فوق علامة التبويب "Reorder" (إعادة ترتيب) لتغير ترتيب التغريدات. اضغط مع السحب لإعادة الترتيب ثم انقر فوق "Done" (تم).
11. انقر فوق أيقونة "القص" لقص صورة في تغريدة تم اختيارها للعرض على الجوال.
12. انقر فوق أيقونة "اللون" لتحديد لون الخلفية للحظتك.
13. انقر فوق "Finish later" (الإنهاء في وقت لاحق) أعلى الشاشة لحفظ مسودة للحظتك.
14. عندما تكون مستعدًا لبث لحظتك بثًا مباشرًا، انقر فوق "Publish" (نشر) أعلى شاشة التحرير.



من إحدى التغريدات:

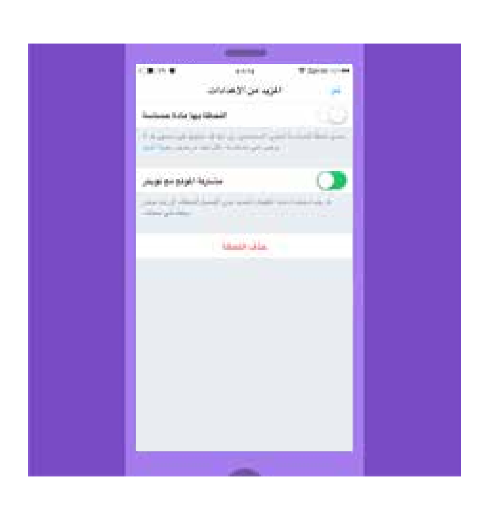
1. انقر فوق الأيقونة ⌄.
2. حدد "Add to Moment" (إضافة إلى اللحظة) ثم انقر فوق "Create New" (إنشاء جديد) لإضافة التغريدة إلى لحظة جديدة.
ملاحظة: سيتم أيضًا إدراج أية لحظات مكتملة أو مسوَّدات لحظات قيد التقدم في القائمة المنسدلة للاختيار منها.
3. اتبع الإرشادات الواردة أعلاه لإكمال لحظتك.



المزيد من الخيارات أثناء إنشاء لحظة على تويتر لنظام التشغيل iOS

من قائمة "اللحظات" الخاصة بك عبر قائمةملف التعريف:

اسحب "إدخال لحظة" في قائمتك ناحية اليسار ثم انقر فوق "Delete" (حذف) لإزالة مسودة لحظة أو لحظة تم نشرها.



من خلال شاشة تحرير لحظة محفوظة أو منشورة:

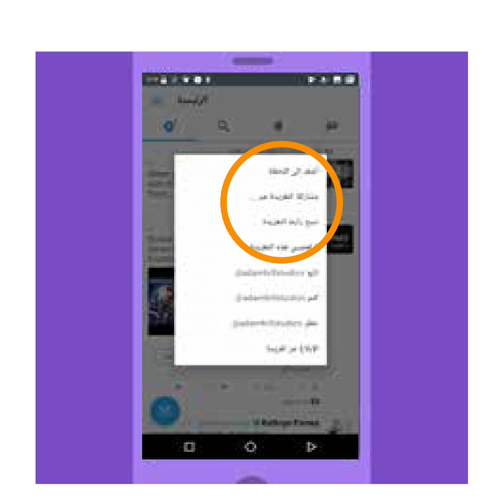
من علامة التبويب "More" (المزيد)

1. حدد "Moment has sensitive material" (اللحظة تحتوي على مادة حساسة) إذا كان ذلك مناسبًا.
2. حدد "Share location with Twitter" (مشاركة الموقع مع تويتر) إذا أردت ذلك.
3. انقر فوق "Unpublish Moment" (إلغاء نشر اللحظة) لإلغاء نشر لحظة قمتَ بنشرها مسبقًا.
4. لإزالة لحظتك، انقر فوق "Delete Moment" (حذف اللحظة) ثم انقر فوق "Delete" (حذف) للتأكيد.

كيفية إنشاء لحظة على تويتر لنظام التشغيل Android

من قائمة ملفك الشخصي:

1. في القائمة العلوية، سوف تشاهد إما أيقونة "قائمة التنقل" ☰ أو أيقونة "الملف الشخصي". انقر فوق أي أيقونة تظهر لك.
2. انقر فوق "My Moments" (لحظاتي).
3. انقر فوق أيقونة "التجاوز" ⋮ أو فوق شريط "Create New" (إنشاء جديد) لإنشاء لحظة جديدة.
4. انقر فوق الحقل "Pick a title" (اختيار عنوان) لمنح لحظتك اسمًا.
5. انقر فوق الحقل "Moment description" (وصف اللحظة) لإدخال ملخص عن لحظتك.
6. انقر فوق "Done" (تم).
7. انقر فوق أيقونة "الغلاف" لإضافة صورة غلاف. ويمكنك إزالة أو قص أو اختيار صورة غلاف جديدة في أي وقت عن طريق النقر فوق أيقونة "الغلاف".
8. اختر التغريدات لإضافتها إلى اللحظة التي أنشأتها: انقر فوق علامة التبويب "Add Tweets" (إضافة تغريدات) لتصل إلى المحتوى سريعًا لاختيار تغريدات من الأقسام "My Tweets" (تغريداتي) و"Liked" (المُعجَب بها) و"Search" (بحث).
9. بمجرد وجود التغريدات في مجموعتك، انقر فوق علامة التبويب "Reorder" (إعادة ترتيب) لتغير ترتيب التغريدات. اضغط مع السحب لإعادة الترتيب ثم انقر فوق "Done" (تم).
10. انقر فوق أيقونة "القص" لقص صورة في تغريدة تم اختيارها للعرض على الجوال.
11. انقر فوق أيقونة "اللون" لتحديد لون الخلفية للحظتك.
12. انقر فوق "Finish later" (الإنهاء في وقت لاحق) أعلى الشاشة لحفظ مسودة للحظتك.
13. عندما تكون مستعدًا لبث لحظتك بثًا مباشرًا، انقر فوق "Publish" (نشر) أعلى شاشة التحرير.



من إحدى التغريدات:

1. انقر فوق الأيقونة ⌄.
2. حدد "Add to Moment" (إضافة إلى اللحظة) ثم انقر فوق "Create New" (إنشاء جديد) لإضافة التغريدة إلى لحظة جديدة.
ملاحظة: سيتم أيضًا إدراج أية لحظات مكتملة أو مسوَّدات لحظات قيد التقدم في القائمة المنسدلة للاختيار منها.
3. اتبع الإرشادات الواردة أعلاه لإكمال لحظتك.



المزيد من الخيارات أثناء إنشاء لحظة على تويتر لنظام التشغيل Android

من خلال شاشة تحرير لحظة محفوظة أو منشورة:

1. من علامة التبويب "Additional settings" (إعدادات إضافية)
2. حدد "Set NSFW flag" (تعيين علامة NSFW) إذا كان ذلك مناسبًا.
3. حدد "Publish location" (نشر الموقع) إذا أردتَ ذلك.
4. حدد "Unlisted" (غير مُدرج) إذا أردت ذلك.
5. انقر فوق "Unpublish Moment" (إلغاء نشر اللحظة) لإلغاء نشر لحظة قمتَ بنشرها مسبقًا.
6. لإزالة لحظتك، انقر فوق "Delete Moment" (حذف اللحظة)، ثم انقر فوق "Remove" (إزالة) للتأكيد.



ترجمة التغريدة: "ميلاد حركة، بعد حادث مقتل مايك براون #MikeBrown على يد شرطة فيرجسون في عام ٢٠١٤" بواسطة @deray

"تتيح لنا اللحظات تجميع وتنظيم التغريدات لنسرد قصصًا بطرق جديدة. فهي ميزة قوية على تويتر، تواصل مساعدتنا في بناء مجتمع حيث نشارك مواضيع وأحداثًا معينة."

— دي راي ماكيسون،
ناشط حقوقي أمريكي

إنشاء الحملات الإعلانية على تويتر

دعم موقعك الإلكتروني من خلال تويتر

دعم موقعك الإلكتروني من خلال تويتر

يحب المستخدمون مشاركة واكتشاف محتويات كثيرة عبر شبكة الويب من خلال تويتر. ومن خلال دعم موقعك الإلكتروني بأزرار تويتر والتغريدات المضمنة، فحينها يمكنك زيادة نسبة الوصول إليك وتأثيرك في المحادثات والآراء المطروحة من خلال مجرد بضع نقرات. إنه التنشيط الفوري الذي قد يزيد من قاعدة متابعيك فضلاً عن التفاعل مع محتواك.

إضافة زر متابعة تويتر إلى موقعك الإلكتروني.



إن زر متابعة تويتر (تابع @twitter) الظاهر بالأعلى سيتيح للمستخدمين متابعة حسابك مباشرةً من صفحتك الرئيسية الشخصية أو من أي موقع إلكتروني مُثَبَّت فيه زر المتابعة هذا. وعندما ينقر المستخدمون فوق هذا الزر، سيحدث الآتي:

- بالنسبة إلى المستخدمين الذين سجلوا دخولهم، ستظهر شاشة صغيرة منبثقة تعرض المزيد من المعلومات عن حسابك.
- أما المستخدمون الذين لم يسجلوا دخولهم على تويتر، فسوف يرون شاشة منبثقة مشابهة تتيح لهم عرض المعلومات المتعلقة بمتابعة/متابعي حسابك وتسجيل الدخول ومن ثم متابعتك.

كيفية إضافة زر متابعة تويتر إلى موقعك:

- سجِّل الدخول إلى حسابك على تويتر.
- انتقل إلى https://publish.twitter.com/#
- خصص زر متابعة تويتر حسب رغبتك من خلال الخيارات المتوفرة.
- انسخ وألصق الرمز في HTML الخاص بموقعك حيثما تريد أن يظهر الزر.

إضافة الزر "تغريد" إلى موقعك الإلكتروني



يتيح الزر "تغريد" للمستخدمين مشاركة صفحة الويب التي يطالعونها سريعًا مع جميع متابعيهم. ويزودك النقر فوق هذا الزر بتغريدة تمت تعبئتها سابقًا وتحتوي على رابط لصفحة الويب تلك، والتي يستطيع المستخدمون تخصيصها قبل الإرسال.
يحب المستخدمون مشاركة واكتشاف محتويات كثيرة عبر شبكة الإنترنت من خلال تويتر. وهذا الزر يشجعهم على مشاركة موقعك الإلكتروني ومتابعة حسابك على توبيتر من خلال هذه العملية. وسوف تزيد من حجم زيارات المستخدمين إلى موقعك وتوسّع دائرة جمهورك على تويتر.

كيفية وضع الزر "تغريد"على موقعك:

- انتقل إلى https://publish.twitter.com/#
- خصِّص الزر "تغريد" — حدد لرسالتك نصًا سبق تعبئته، وقم بتأكيد حسابات تويتر التي تود اقتراحها على المستخدمين. سيصبح الحساب الرئيسي الذي حددته إشارة في التغريدة. (في الإعدادات الافتراضية، سوف نستخدم اسم المستخدم الخاص بالحساب الذي سجَّلتَ دخولك إليه حاليًا.)
- انسخ وألصق الرمز في HTML الخاص بموقعك حيثما تريد أن يظهر الزر.
- يلتقط عداد التغريد الاختياري إجمالي كل التغريدات والتغريدات المعاد تغريدها من المحتوى الخاص بك، حتى تتمكن من مشاهدة انتشار الرسالة كلما يتشاركها آخرون.

تضمين تغريدة على موقعك

يمكنك تضمين تغريدة على موقعك مباشرةً لتنشئ محادثة بين مستخدمي تويتر وبين زوار الموقع. فهل تريد أن تبرز تغريدة معينة لاقت رواجًا بين الناس أو أن تضيف سياقًا من مستخدمي تويتر حول قصة مستمرة الأحداث؟ مع التغريدات المتضمنة، يمكنك دمج أفضل تغريداتك أو أي تغريدات عامة أخرى في المحتوى الخاص بك على الإنترنت. وهي تعمل مثل التغريدات العادية تمامًا، وبذلك يمكن للمستخدمين أن يستمروا في التفاعل أو المشاركة عن طريق إعادة تغريد التغريدة أو الرد عليها أو تفضيلها — كل هذا بدون أن تترك موقعك الإلكتروني.



كيفية تضمين تغريدة:

عندما تنقر فوق رابط "More" (المزيد) أسفل التغريدة على الويب، سوف تظهر قائمة منسدلة تعطيك الخيار "Embed Tweet" (تضمين تغريدة).

وعندما تنقر فوق "تضمين تغريدة"، سوف يظهر مربع حوار. انسخ وألصق رمز HTML من مربع الحوار هذا وأضف الرمز إلى موقعك على الويب مباشرةً حيث تريد أن تظهر التغريدة.

إنشاء الحملات الإعلانية على تويتر

قياس مدى تأثيرك

قياس مدى تأثيرك

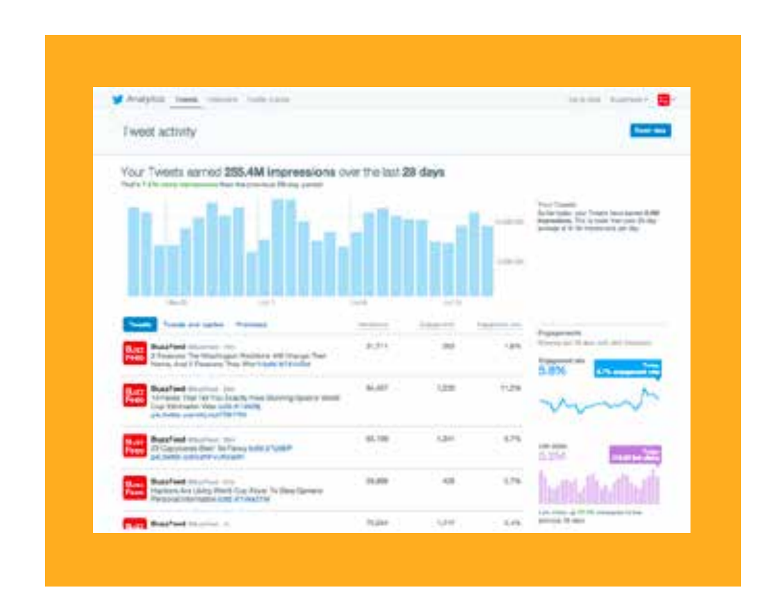
تُعَد مليارات التغريدات التي تُرسَل كل أسبوع مصدرًا قيِّمًا للبيانات التي يمكن أن تخبرك بكيفية تفاعل الآخرين مع تغريداتك. وأيًا كانت أهدافك، فيمكنك التفضل بزيارة anaytics.twitter.com ررر ررر ررررر رررررر رر ررر رررررر ررررر ررر ررررر.

رر ررررر رررر رررر ررررررر رررر رررررر رر رررررر رر ررررر رررررر رر:

- تزايد المتابعين: كم عدد المتابعين الجدد الذين تحصل عليهم كل يوم أو أسبوع أو شهر
- جودة المتابعين وتفاعلهم: كم عدد المستخدمين الذين يتفاعلون مع حسابك
- الوصول: كم عدد المستخدمين الذين يشاهدون تغريداتك أو يفضلونها أو يعيدون تغريدها
- الزيارات: كم عدد المستخدمين الذين يزورون موقعك

يوضح لك مقياس مرات الظهور عدد مرات مشاهدة تغريدتك على تطبيقات تويتر الخاصة بنظامي التشغيل Android وiOS أو على Twitter.com. ويمكنك عرض إجمالي مرات الظهور المتعلقة بإحدى التغريدات، بالإضافة إلى تفاصيل كل ساعة على حدة في اليوم الأول من تلك التغريدة. ويمكنك أيضًا الحصول على إحصاءات حول إجمالي مرات الظهور لجميع تغريداتك إجمالاً خلال فترة 28 يومًا.

بالإضافة إلى عدد مرات الظهور وإعادة التغريد والتفضيلات التي حصلت عليها تغريدتك، فإن لوحة المعلومات تعطيك تفاصيل عن كيفية تفاعل الآخرين معها. ببساطة انقر فوق التغريدة التي تحظى باهتمامك وسوف تتوسع لتعرض لك تفاصيل أكثر. بالنسبة للتغريدات التي تحتوي على روابط، على سبيل المثال، سوف تجد عدد مرات النقر فوق الرابط؛ وبالنسبة للتغريدات التي تحتوي على وسوم، سوف تجد عدد مرات النقر فوق الوسم؛ وبالنسبة للتغريدات التي تحتوي على بطاقات تطبيقات، سوف تجد عدد المرات التي نقر فيها مستخدمون آخرون لتثبيت تطبيقك أو فتحه (إذا كان تم تنزيله بالفعل). وإذا كنت تستقبل المتابعات أو مشاهدات الملف الشخصي من تغريدة محددة، فسوف ترى ذلك أيضًا. في النهاية، فإن أداة تصدير CSV سوف تعرض لك البيانات حتى 3200 تغريدة (ارتفاعًا من 500) وتشمل تفاصيل جميع مرات الظهور وأعداد عمليات التفاعل الأخرى.



إنشاء الحملات الإعلانية تويتر

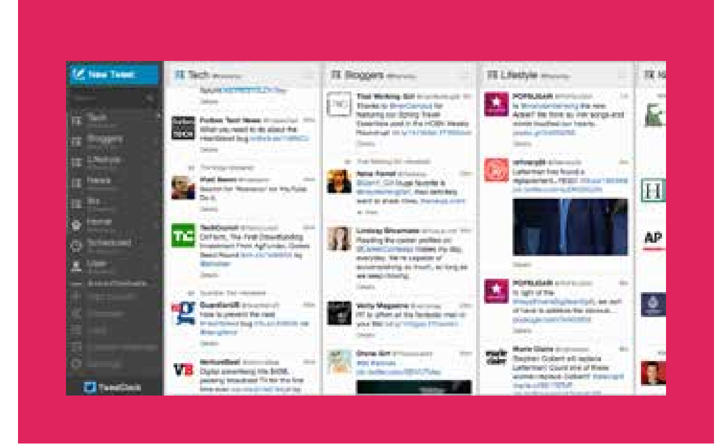
تطبيق TweetDeck

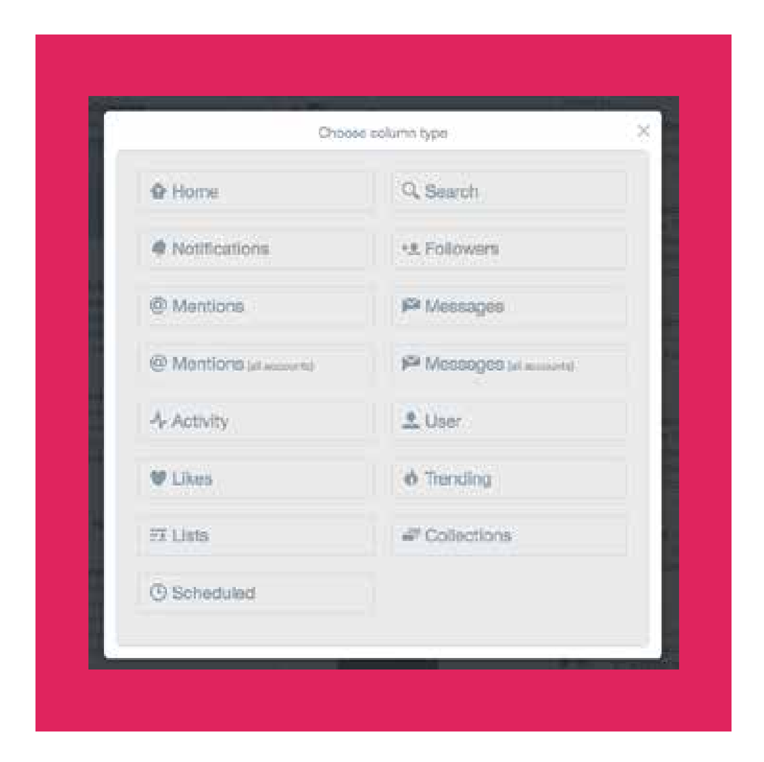
تطبيق TweetDeck

يساعدك تطبيق TweetDeck في تنظيم وإنشاء خطوط زمنية مخصصة، والاستمرار في تتبع القوائم، وعمليات البحث والنشاط وغير ذلك — كل ذلك من خلال واجهة واحدة. كما يساعدك في العثور على ما تبحث عنه بالتحديد من خلال تمكينك من إنشاء عمليات بحث لتتبع الموضوعات والأحداث والوسوم. ثم بعد ذلك، يمكنك تحسين النتائج باستخدام عوامل التصفية (الفلاتر).

بفضل TweetDeck، يمكنك أيضًا مشاركة حساب مع فريقك دون مشاركتهم كلمة المرور. كما يمكنك الاحتفاظ بالتحكم الكامل في التصاريح في جميع الأوقات. كما يمكن أيضًا لعدة مستخدمين تسجيل دخولهم إلى حساب واحد، مع منح الفريق بالكامل القدرة على إدارة حساب واحد أو عدة حسابات، مع ضمان إنتاج المزيد من المحتوى وتوزيعه، وفي الوقت ذاته مشاركة الالتزام بالوقت أيضًا بين أفراد المجموعة (لكن تذكر أن تحافظ على مظهر الحساب متسقًا قدر الإمكان!).

للحصول على TweetDeck، انتقل إلى tweetdeck.twitter.com

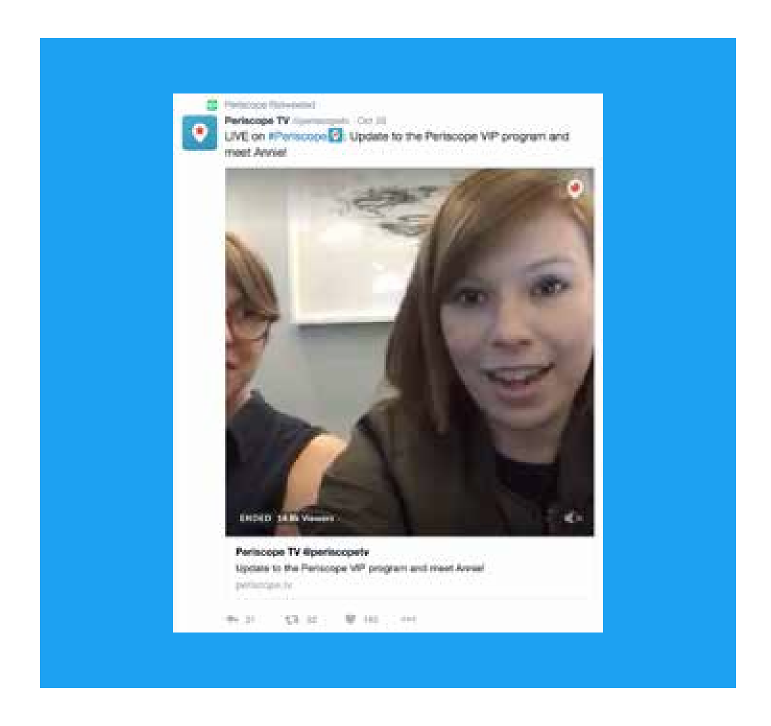




إنشاء الحملات الإعلانية على تويتر

تطبيق Periscope

تطبيق Periscope



يتيح لك تطبيق Periscope البث مباشرةً حيثما كنت. اضغط على زر، وأرسل إشعارًا إلى متابعيك فورًا يفيد بأنك في بث مباشر. وسواء أكنت توثق لتقدم حملتك أم تتتبع حدثًا إخباريًا، فإن Periscope يقدم للجمهور قوة التجربة المشتركة. وسيكون المذيعون عبر Periscope متصلين بجمهورهم مباشرةً. ويمكنك البث مباشرةً من تويتر أو باستخدام تطبيق Periscope المخصص.

بالنسبة للمشاهدين، فإنه يقدم لهم نوعًا من التجارب التي تكون خلف الكواليس لأنشطة المنظمات غير الحكومية التي تثبت باستمرار أنها أكثر تأثيرًا من تجربة وسائل الإعلام الأكثر تقليدية. ذلك أنه يمكنهم التفاعل مع ما يرونه من خلال التعليق بشكل آني (في الوقت الحقيقي)، ويمكن أن يظهروا تقديرهم من خلال النقر فوق الشاشة لإرسال القلوب.

منذ إطلاقه في مارس 2015، كوَّن تطبيق Periscope قاعدة ضخمة من المستخدمين. ففي أول 10 أيام بعد إطلاقه، وصل عدد مستخدميه إلى مليون مستخدم. وقد ارتفع هذا الرقم بمعدل هائل منذ ذلك الحين. وتظهر عمليات بث Periscope أيضًا في الخط الزمني لتويتر، وبذلك يصل البث إلى نطاق أوسع من الجمهور.

لمعرفة المزيد عن Periscope، انتقل إلى: https://www.periscope.tv/

حالات الاستخدام

فيما يلي بعض حالات الاستخدام التي يتناسب معها تطبيق Periscope على وجه الخصوص.

- لمحات عما يدور خلف الكواليس: يحب الناس البث المباشر لأنه يقدم لحظات حقيقية وطبيعية. فهم يتحدثون بعفوية ويقدمون لمحات عما يدور في الأعمال اليومية لمنظمتك، والتي لا يمكن لمقاطع الفيديو "المُنتجَة" أن تقدم مثلها.
- بث مباشر لحدثٍ خاص: إذا كنت تعقد حدثًا، سواء أكان ذلك اجتماعًا عامًا سنويًا مفتوحًا أم اجتماعًا في قاعة بالمدينة، فحريٌ بك تجربة بثه عبر Periscope. وسيتمكن آخرون من المشاركة أثناء المشاهدة، ومن توجيه أسئلة أثناء البث، والذي يمكنك دمجه في الحدث.
- اطلاق حملة أو مبادرة أو بحث: أشعِر الآخرين بأنهم يشاركونك في اللحظات الحاسمة. استخدم هذا التطبيق لإطلاق حملتك أو ورقة بحثية مهمة، وحتمًا سيرغب داعموك في الإحساس وكأنهم معك يؤازرونك في حدثك.
- إجراء مقابلات مع المتحدثين باسم المنظمة: تعد هذه طريقة سهلة لك ولزملائك لتسليط بعض الضوء على عملكم. ويمكن للمتحدثين باسم المنظمة أخذ الأسئلة من مستخدمي Periscope الآخرين الذين ينشرون أسئلة أثناء البث.
- المسابقات والمكافآت: إذا كانت منظمتك تجري مسابقات، ربما كجزء من جهود جمع تبرعات، فمن المفيد الترويج لها باستخدام الفيديو المباشر.

أفضل الممارسات

- ضع التوقيت في الاعتبار: من الجيد منح متابعيك تنبيهًا ما مسبقًا للبث. أعلمهم متى ستظهر في البث المباشر من خلال بعض التغريدات.
- اختر عنوانًا جذابًا: سوف يتلقى متابعوك تنبيهًا عندما تبدأ البث. تأكد من أن عنوان بثك سيعطيهم سببًا مقنعًا لمتابعته. اجعله صريحًا أو امنحه بعض المظهر الحصري أو ببساطة اجعله يبدو غريبًا! وفِّر لبثك أي شيء يكون مناسبًا له ويجعله يحظى باهتمام جمهورك.
- اجعل بثك سهل العثور عليه: روِّج له مسبقًا عن طريق التغريد حول أنك ستظهر في بثٍ مباشر قريبًا. وشغِّل ميزة تحديد الموقع الجغرافي، وما إلى ذلك.
- تفاعل مع المستخدمين: احرص على الرد على تعليقات المشاهدين وأسئلتهم أثناء البث. فذلك من شأنه أن يُنشئ روح التفاعُل المجتمعي بين متابعيك.

إنشاء الحملات الإعلانية على تويتر

منتجات تويتر الإعلانية

منتجات تويتر الإعلانية

احصل على المزيد من المشاهدة لتغريداتك وحسابك من الأشخاص المهتمين بحملتك. وهناك ثلاث فرص للإعلان على تويتر:

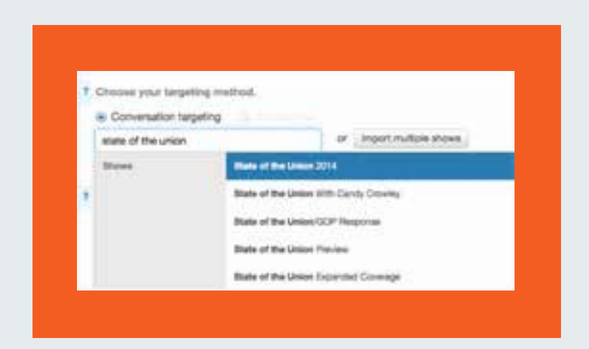
التغريدات المروَّجة هي تغريدات عادية لكن بها ميزة مضافة تتعلق بالوصول إلى كلٍ من المتابعين الحاليين والمحتملين. ويوجد العديد من الإمكانيات المتعلقة بالاستهداف لمساعدتك في الوصول إلى الجمهور المناسب.

الحسابات المروَّجة تعمل على بناء مجتمع نشط بشكل سريع من المؤيدين والمؤثرين لحملتك. وكلما زادت قاعدة متابعيك، زاد عدد الأشخاص الذين يتفاعلون مع رسالتك وينشرونها.

الموضوعات الرائجة هي فرص للإعلان المحلي تظهر في أعلى قائمة المواضيع المتداولة التي تحدث بشكل مباشر على تويتر. ونظرًا لأن هذه الموضوعات يتم وضعها بشكلٍ واضح بجانب الخط الزمني للمستخدم، فإنها بالتالي تكون أكثر عُرضة للمشاهدة بشكل هائل.

خيارات الاستهداف

1. **الكلمات المفتاحية في الخطّ الزمنيّ.** يعبر الناس عن اهتماماتهم وآرائهم دائمًا على تويتر. واستهداف الكلمات المفتاحية في الخطّ الزمنيّ يتيح لك الوصول إلى مستخدمي تويتر بناءً على الكلمات المفتاحية الموجودة في تغريداتهم الأخيرة والتغريدات التي تفاعل معها المستخدمون مؤخرًا. وبالتالي، تظهر للمستخدمين الرسالة المناسبة في الوقت المناسب وفي السياق المناسب.
2. **الاهتمامات.** إن مجتمعنا شغوف بكل شيء بدءًا من الأحذية وحتى شبه الموصِّلات. ويمكننا مساعدتك في العثور على الجمهور المثالي باستخدام المئات من الاستهدافات المختلفة المتعلقة بالاهتمامات، سواء أكانت سياسية أم غير ذلك.
3. **الجغرافيا.** يُستخدم تويتر في جميع بلدان العالم تقريبًا، ويتوفر في أكثر من 35 لغة. ومن هنا، يمكنك الوصول إلى جمهور عالمي أو جمهور معين خاص ببلد محدد.
4. **النوع.** هل لديك رسالة أكثر ملاءمةً للرجال أو ربما للنساء؟ يمكنك الوصول إما إلى أحدهما أو كليهما عن طريق استهداف النوع.
5. **التشابه مع المتابعين الحاليين.** إن متابعيك الحاليين قطعًا يحبونك. ونحن سنساعدك على العثور على المزيد من أمثالهم تمامًا.
6. **الجهاز (الهاتف المحمول وجهاز الكمبيوتر المكتبي).** إن 78% من مستخدمي تويتر يسجلون دخولهم على تويتر عبر هواتفهم المحمولة. وتمنحك إعلانات تويتر خيار استهداف إعلاناتك إلى كلٍ من مستخدمي أجهزة Android أو iOS أو Blackberry، بالإضافة إلى أجهزة الكمبيوتر المكتبية.
7. **نتائج البحث عن الكلمات المفتاحية.** يبحث المستخدمون عن معلومات على تويتر. أدخِل رسالتك أمام المستخدمين المهتمين بالقضايا والمرشحين المهمين لحملتك.



استهداف المحادثات التلفزيونية

من خلال تقنية التخطيط للمحادثات الخاصة بنا، يمكن للحملات السياسية أن تروج تغريدات لمستخدمين يتفاعلون مع برامج تلفزيونية محددة، سواء أكانت الحملة ذات الصلة تحتل مكانة بارزة في البرنامج أم لا. ويعد هذا تكملة مثالية للإستراتيجية التلفزيونية الخاصة بك، فضلاً عن فرصة للوصول إلى جمهور التلفزيون المستهدف دون وجود أي عائق.



ترجمة التغريدة: التوقعات الانتخابية تضع المحافظين الآن في الصدارة بفارق ٤٪ في ثوروك. أنا فقط من يمكنه هزيمة حزب الاستقلال البريطاني (اليوكيب) وحزب العمال

شارك واضمن انتصار أحد المحافظين...

بطاقة إنشاء عملاء متوقعين

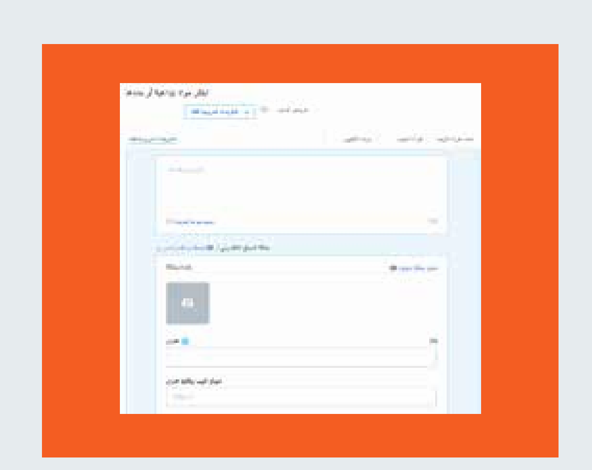
نظرًا لأن قواعد البيانات تساعد في تعزيز الحملات، فإن إنشاءها يعد هدفًا رئيسيًا للكثير من المنظمات غير الحكومية على تويتر. ومن خلال إضافة بطاقات إنشاء العملاء المتوقعين الخاصة بتويتر لتغريداتك، سيصبح الأمر سهلاً بالنسبة للآخرين للتعبير عن اهتمامهم بمنظمتك غير الحكومية أو حملتك دون الحاجة إلى ملء نموذج أو مغادرة تويتر. وسيتمكن المستخدمون من خلال بضع نقرات فقط من مشاركة معلومات الاتصال الخاصة بهم معك حتى تتمكن من المتابعة مع النشطاء والداعمين الجدد المحتملين.



ترجمة التغريدة: وقِّع على التماسنا وأخبر قادة العالم أنه قد حان الوقت للقضاء على فيروس إيبولا #EndEbola.

بطاقة الموقع الإلكتروني

تتيح لك بطاقات الموقع الإلكتروني ترويجًا أفضل لموقعك الإلكتروني على تويتر من خلال إضافة صورة ومحتوى ذي صلة وزر قوي يحث المستخدم على اتخاذ إجراء تجاه تغريدتك. ومن خلال ربط معاينة موقعك الإلكتروني بتغريدك، توفر بطاقات الموقع الإلكتروني طريقة سلسة لجذب الجمهور المناسب إلى موقعك من خلال نقرة واحدة. لقد وجدنا أن التغريدات التي تحتوي على بطاقات الموقع الإلكتروني تحقق حجم نقرات أكثر بنسبة 43% (بيانات تويتر الداخلية، 2014).



منصة إعلانات الخدمة الذاتية

إذا كنت تعمل بميزانية متواضعة أو كنت ترغب فقط في إنشاء حملة والعمل بسرعة، فيمكنك تجربة منصة إعلانات الخدمة الذاتية الخاصة بنا. ما عليك سوى الانتقال إلى ads.twitter.com عند تسجيل الدخول وسيتم أخذك إلى لوحة معلومات الإعلانات. من هناك يمكنك إدخال تفاصيل بطاقة الائتمان الخاصة بك، وتحديد نوع الحملة التي تريد القيام بها، والذين تريد استهدافهم ،ثم إنشاء المحتوى الخاص بك، وينتهي الأمر عند ذلك. إنه بهذه السهولة.

إنشاء الحملات الإعلانية على تويتر

دراسات حالة

دراسات حالة: #HeForShe



ترجمة التغريدة: التعليم هو السلاح الأكثر فاعلية الذي يمكنك استخدامه لتغيير العالم - @NelsonMandela #HeForShe @ShiftYourPerspective



ترجمة التغريدة: تكمن أهمية المناقشات الجماعية والعامة في الحصول على آراء متنوعة. الرجاء مطالعة speakerdiversity.com. #HeForShe

أُطلق الوسم #HeForShe (هو_يساوي_هي) بواسطة الممثلة "إيما واتسون" في 20 سبتمبر 2014 من مبنى الأمم المتحدة بنيويورك. وتركز الحملة، كما يوحي الوسم بدقة، على تعزيز المساواة بين الجنسين في جميع أنحاء العالم، مع التركيز بشكل خاص على تشجيع الرجال على دعم هذا الهدف. وقد حقق الوسم نجاحًا فوريًا، حيث انتشر خطاب واتسون انتشارًا واسعًا، وقد أعلن المؤيدون من الرجال ذوي الشخصيات البارزة في المجتمع الذين يعملون في مجالات مثل التمثيل والموسيقى والرياضة والسياسة دعمهم على تويتر.

الطريقة:

من المهم ملاحظة أنه على الرغم من تقديم إحدى المؤسسات المساعدة لتنسيق الحملة، فإنه لم يتم إنفاق أي أموال على الإنترنت لترويج المحتوى. بل كان نجاح الحملة ناتجًا عن أمرين:

1. لديها رسالة واضحة وبسيطة. كما أن الوسم قصير ويسهل فهمه.
2. أنفق المنظمون الكثير من الوقت والجهد في توظيف المؤيدين قبل إطلاق الحملة، مما ضمن وجود زخم بمجرد إطلاقها. وكل من وعد بتقديم الدعم، من البيت الأبيض إلى "هاري ستايلز"، قام بالتغريد في الوسم وأصبح متداولاً في جميع أنحاء العالم.

أمضى المنظمون وقتًا طويلاً في التخطيط للحملة أثناء قيامهم بتنفيذ هذا التخطيط. وكوّنوا حلفاء كان من شأنهم أن يضمنوا الوعي والانتشار بفاعلية. وكان لديهم محتوى كبير تمثل في خطاب واتسون والصور ومقاطع الفيديو التي تبعت ذلك.

الحساب: @HeforShe
الموقع الإلكتروني: HeforShe.org

دراسات حالة: #NotInMyName

بدأت هذه الحملة من قِبل مؤسسة Active Change Foundation في سبتمبر 2014. فقد كان لدى المؤسسة اعتقاد بأن الدين الإسلامي يتم تشويهه والتلاعب به من قِبل تنظيم داعش، إلى جانب منظمات إرهابية أخرى. فأراد القائمون فيها أن يدافعوا عن الإسلام ويظهروا للناس الصورة الحقيقية له. ولذلك، أنشأوا حملة #NotInMyName (لا_يمثلني) وأطلقوها.

وقد شُجع المسلمون وغير المسلمين على حدٍ سواء على التغريد عبر تويتر لإبداء إدانتهم لأعمال العنف والإعلان عن أن أولئك الذين يرتكبون مثل هذه الأعمال لا يفعلون ذلك باسمهم أو باسم الإسلام.

وقد عبروا بكلماتهم قائلين: "حققت الحملة نجاحًا هائلاً، حيث بلغ عدد مشاهداتها على "يوتيوب" أكثر من 885000 مشاهدة، وأكثر من 6.6 ملايين تغريدة باستخدام الوسم. وقد وصل الوسم إلى أكثر من 300 مليون شخص حول العالم، وكلهم يدينون أعمال العنف والإفساد التي يقوم بها تنظيم داعش".

وقد برزت هذه الحملة أيضًا في وسائل إعلام متعددة، من بينها صحيفة "نيويورك تايمز" وشبكة "سي إن إن" و" هافينغتون بوست".

يمكن عزو نجاح الحملة إلى حقيقة أنها عبرت عما شعر به الكثير من المسلمين على مدار السنوات القليلة الماضية. وقد دعا القائمون عليها إلى المشاركة فيها من خلال تقديم دعوة واضحة للتفاعل مع الوسم. وكانت الرسالة بسيطة وقوية، والطريقة التي عبر بها المستخدمون عن أنفسهم غالبًا ما كانت مؤثرة بشدة.

الموقع الإلكتروني: http://isisnotinmyname.com/
الفيديو: https://www.youtube.com/watch?v=wfYanI-zJes
مؤسسة Active Change Foundation:
https://twitter.com/Active_Change_F



ترجمة التغريدة: أنا مسلمة، وأقف ضد أي جريمة/ هجوم إرهابي يرتكبه متطرفون يزعمون انتماءهم للإسلام #PrayforParis #notinmyname



ترجمة التغريدة: أوجه حديثي لأي شخص يختلط عليه الأمر بشأن ما نعتقد به كمسلمين. تذكر أن الإرهاب لا يمثلنا #NotInMyName.



ترجمة التغريدة: عمل إرهابي آخر يتعين على المسلمين إدانته. إنه عبء آخر. #NotIslam #Paris #NotInMyName #NotAIIMuslims

دراسات حالة: PositionOfStrength#

يعد الوسم PositionOfStrength# (موقف_قوة) مبادرة سلامة وتمكين عبر شبكة الإنترنت. وتسعى هذه المبادرة إلى إشراك النساء عبر الإنترنت، مع تثقيفهن حول كيفية استخدام تويتر كمنصة تمكنهن من بناء شخصية، فضلاً عن أن يصبح لهن صوت يُعبِّرن من خلاله عن آرائهن، إلى جانب إنشاء السمات الشخصية الفريدة والمؤثرة الخاصة بهن.

هذا وقد أطلقت "تويتر أستراليا" مبادرة PositionOfStrength# في مارس 2015، ومنذ ذلك الحين أقيمت أحداث في جميع أنحاء العالم، من نيويورك إلى نيودلهي. وقد أتاح البرنامج العالمي للأحداث فرصًا للمرأة لتتعلم كيفية استخدام منصة تويتر بثقة، والتواصل مع غيرها من النساء المهتمات بحياتهن المهنية.

قد تختلف أشكال هذه الأحداث، ولكنها غالبًا ما تتضمن عرضًا لسياسات تويتر والأدوات التي تُمكِّن المستخدمات من التحكم في تجاربهن. ويمكن بعد ذلك دعوة الضيفات لسرد قصصهن على منصة PositionOfStrength#، ومشاركة تجاربهن على تويتر، وما الذي سيكون عليه الأمر عند وجود امرأة تسرد تجاربها بشكل صريح على شبكة الانترنت.

وقد رحب تويتر ببعض الضيفات البارزات في هذه الأحداث. فقد حضرت شيرلان ماكراي، السيدة الأولى لمدينة نيويورك، حدث إطلاق الولايات المتحدة للوسم PositionOfStrength#، بينما توقفت الملكة الأردنية رانيا لحضور هذا الحدث في دبي. ويساعد وجود مثل هؤلاء الضيفات على تأكيد الرسالة الأساسية للمبادرة ونشرها، والتي تتمثل في: أن النساء يجب أن يشعرن بالتمكين للمساهمة في الخطاب العام، فضلاً عن استخدام تويتر كمنصة يمكن من خلالها مشاركة قصصهن.



ترجمة التغريدة: إن حملتنا التي يتناولها الوسم #positionofstrength تدور حول تمكين المرأة وتثقيفها بالأدوات التي تتيح أن يكون لها صوت قوي عبر الإنترنت



ترجمة التغريدة: إننا نساند ‎@women4election‎ من أجل مبادرة ‎#PositionOfStrength‎، وهي مبادرة عالمية لتمكين النساء من التعبير عن آرائهن عبر الإنترنت ‎#GE16‎.

ترجمة التغريدة: كارتيس . ‎@Cartes‎ وميسكاول ‎@misskaul‎ مع مجموعة مذهلة من الطالبات الجامعيات الشابات اللائي يتسمن بالطموح والفاعلية. ‎#PositionOfStrength‎

دراسات حالة: ExitHate#

تولت Radicalisation Awareness Network (شبكة التوعية من التطرف "RAN") إدارة حملة ExitHate# (نبذ_الكراهية)، وكان هدفها هو تشجيع الأوروبيين على "نبذ الكراهية" من حياتهم والمناقشات الخاصة بهم حول القضايا المسببة للانقسام. كما تم تشجيع الأفراد على تقديم قصصهم في شكل مقاطع فيديو عبر موقع ExitHate# الإلكتروني.

وقد نشأت حملة ExitHate# في ورش العمل التي نظمتها RAN في العام السابق لإطلاق الحملة في شهر سبتمبر. وتقرر أن المحتوى الأكثر فاعلية الذي يمكن أن تنتجه الحملة من شأنه أن يسلط الضوء على القصص المثيرة للأفراد الذين إما تطرفوا أو كانوا ضحايا هجمات إرهابية. ومن خلال سرد هذه القصص من خلال مقاطع فيديو مُنتجة بشكل بارع، كانت الحملة تعطي ملمحًا إنسانيًا للغاية لمسألة التطرف وآثاره السيئة على الأفراد والمجتمعات.

تلقت الحملة منحة "إعلانات للأعمال الخيرية" من تويتر وأثبتت نجاحًا كبيرًا على تويتر.

الاحصاءات:

- مرات الظهور: 2.59 مليون
- المشاهدات: حوالي 900000
- المشاركات: 32100
- تكلفة المشاركة: 1 سنت

الرسالة الرئيسية:

يمكن أن تصبح القصص الشخصية التي تُنشَر من خلال مقطع فيديو تم إنتاجه بحرفية فعالة بشكل بالغ على تويتر.

حساب ExitHate#: https://twitter.com/ExitHate



ترجمة التغريدة: لقد تغيرت حياة "أناييل" للأبد بفعل عمل إرهابي. إنها لم تختر الكراهية. #exithate

ترجمة التغريدة: كان إيفان عضوًا في رابطة الدفاع الإنجليزية (EDL) اليمينية المتطرفة لسنوات عديدة. ولم يتغير حاله إلا بعد أن التقى أشخاصًا كان من المفترض أن يكرههم #exithate



ترجمة التغريدة: لا أحد يولد وبداخله كراهية. إذًا، ما سبب الكراهية التي تنتشر حولنا؟ انضم إلينا لنبذ الكراهية #exithate

دراسات حالة: #StandWithNepal [ادعم_نيبال]

في 25 أبريل 2015، ضرب زلزال بقوة 7.8 درجة نيبال. وقُتل ما يقرب من 9000 شخص. وانهار أكثر من 600000 منزل وبعض المباني القديمة. وتأثر الملايين نتيجة ذلك. وقد جمع "الصندوق العالمي للنساء" أكثر من 700000 دولار أمريكي، ووزعها على شبكة شركائه من الممنوحين.

وصلت الأموال إلى حوالي 23000 أسرة وحوالي 3000 امرأة في فترة ما بعد الولادة والحوامل. وقد تم دعم المسنين والأطفال مباشرةً. ووزع "مركز التوعية النسائية في نيبال"، وهو شريك قديم في شبكة الممنوحين للصندوق العالمي للنساء ويعمل مع أكثر من 35000 امرأة في نيبال، ألواح الزنك الصفيحية المموجة على النساء في منطقة "كافري" لمساعدتهن في إعادة بناء منازلهن.

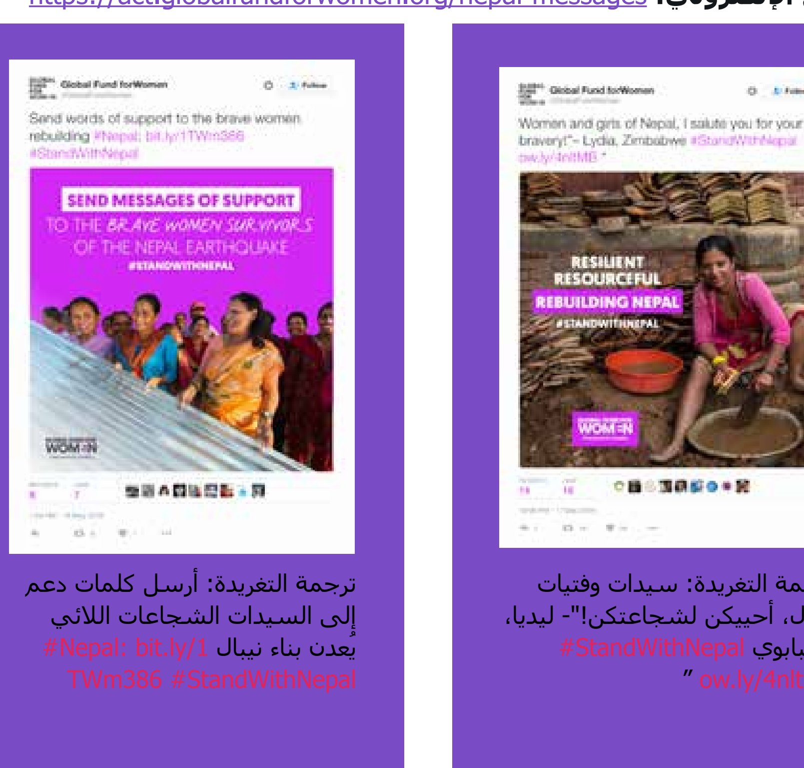
بعد عام واحد، سعى الصندوق العالمي للنساء إلى الاحتفال بعمل المرأة النيبالية في قيادة جهود إعادة الإعمار والتعافي. وشارك الصندوق صور المصورة الصحفية "أليسون رايت" التي توثق المساعدة التي قدمتها السيدات النيباليات في تعافي هذا البلد من المأساة. وقد تم تشجيع مستخدمي تويتر على إظهار دعمهم لهؤلاء النساء عن طريق التغريد أو إرسال رسالة مباشرة إليهن عبر الموقع الإلكتروني للصندوق.

الطريقة

كان الهدف من هذه الحملة هو زيادة الوعي. وعلى الرغم من أن هذه الحملة تحديدًا قد بدأت بعد عام واحد من الحدث الذي أظهر الحاجة إلى طلب المساعدة من عامة الناس، فإن الممارسات التي تقوم عليها هذه الحملة يمكن تطبيقها على أية حملات أخرى تركز على الإغاثة في حالات الكوارث.

تم إبراز محنة الأشخاص الحقيقيين والتعاطف حيالهم من خلال عمل مثير للمشاعر من قبل مصور ماهر. وبعبارة بسيطة، فإن هذا يعني أن الصندوق العالمي للنساء كان يعمل مع محتوى من شأنه أن يصل إلى الناس ويحصل على انتباههم. فالصور كانت إنسانية ومبهجة بشكلٍ عام. ومن خلال تسليط الضوء على النهج الإيجابي الذي تتبعه المرأة النيبالية تجاه إعادة الإعمار، فقد شجعت هذه الحملة الجمهور على مساعدتهن.

الموقع الإلكتروني: https://act.globalfundforwomen.org/nepal-messages



ترجمة التغريدة: سيدات وفتيات نيبال، أحييكن لشجاعتكن!"- ليديا، زيمبابوي #StandWithNepal ow.ly/4nltMB "

ترجمة التغريدة: أرسل كلمات دعم إلى السيدات الشجاعات اللائي يُعدن بناء نيبال #Nepal: bit.ly/1TWm386 #StandWithNepal



ترجمة التغريدة: شكرًا لكم على كرمكم، فقد قدمنا منحة قيمتها 700 ألف دولار أمريكي لمساعدة المنظمات التي يقودها نساء في إعادة بناء نيبال #Nepal bit.ly/1W4nQYR #StandWithNepal

إنشاء الحملات الإعلانية على تويتر

قوانين وأدوات تويتر وPeriscope

قوانين وأدوات تويتر وPeriscope

قوانين تويتر

إن الحفاظ على التنوع والانفتاح في مجتمع تويتر هو مسؤوليتنا، فضلاً عن خلْق بيئة آمنة لكل مستخدم. ومن أجل ضمان شعور الناس بالأمان في التعبير عن الآراء والمعتقدات المتنوعة، فإننا لا نتسامح مع السلوك الذي يتجاوز الحدود ليتحول إلى إساءة للاستخدام، بما في ذلك السلوك الذي يضايق أو يخيف أو يستخدم الخوف لتكميم أفواه مستخدمين آخرين.

في هذا الخصوص، يجب على جميع المستخدمين الالتزام بالسياسات المنصوص عليها في قوانين تويتر (support.twitter.com/articles/18311#) وشروط الخدمة (twitter.com/tos?lang=en). وقد يؤدي عدم القيام بذلك إلى إغلاق مؤقت و/أو إيقاف دائم للحساب (الحسابات).

التهديدات العنيفة (المباشرة أو غير المباشرة)

لا يجوز لك القيام بأي تهديدات بالعنف أو تروج للعنف، بما في ذلك التهديد أو الترويج للإرهاب.

المضايقات

لا يجوز لك التحريض أو المشاركة في الإساءة أو المضايقة المستهدفة للآخرين. وتتضمن بعض العوامل التي قد نضعها في الاعتبار عند تقييم سلوك مسيء:

- إذا كان الغرض الأساسي للحساب المُبلغ عنه هو مضايقة الآخرين أو إرسال رسائل مسيئة لهم؛
- إذا كان السلوك المبلغ عنه سلوكًا متحيزًا أو يتضمن تهديدات؛
- إذا كان الحساب المبلغ عنه يحرض الآخرين على مضايقة حساب آخر؛
- إذا كان الحساب المبلغ عنه يرسل رسائل مُضَايقة لحساب من حسابات متعددة.

السلوك الذي يحض على الكراهية

لا يجوز لك الترويج للعنف ضد الآخرين أو الهجوم المباشر عليهم أو تهديدهم على أساس الجنس أو العرق أو الأصل القومي أو التوجّه الجنسي أو النوع أو الهوية الجنسية أو الانتماء الديني أو السن أو الإعاقة أو المرض. كما لا نسمح أيضًا بالحسابات التي يتمثل هدفها الأساسي في التحريض على الإيذاء تجاه الآخرين على أساس الفئات المذكورة.

إساءة استخدام حسابات متعددة

لا يُسمح بإنشاء حسابات متعددة ذات استخدامات متداخلة أو من أجل التهرب من الإيقاف المؤقت أو الدائم لحساب منفصل.

المعلومات السرية

لا يجوز لك نشر معلومات خاصة وسرية لأشخاص آخرين، مثل أرقام بطاقات الائتمان أو عنوان الشارع أو أرقام الضمان الاجتماعي/ الهوية الوطنية، دون الحصول على إذن صريح منهم. بالإضافة إلى ذلك، لا يجوز نشر صور أو مقاطع فيديو خصوصية تم التقاطها أو توزيعها دون موافقة الشخص المعني. طالع المزيد عن سياسة المعلومات السرية الخاصة بنا هنا:
https://support.twitter.com/articles/20169991

يكون لدى المستخدم أيضًا الخيار لحماية حسابه على تويتر: https://support.twitter.com/articles/20169886 فبمجرد تحديد هذا الخيار، يجب على المستخدم الموافقة على أي متابعين جدد قبل أن يتمكن هؤلاء المتابعون من رؤية تغريداته والتفاعل معها. وإذا أراد المستخدم جعل تغريداته قابلة للعرض مرة أخرى بشكل عام، فيمكنه إجراء ذلك من خلال قائمة الإعدادات نفسها.

انتحال الشخصية

لا يجوز لك انتحال شخصية الآخرين من خلال خدمة تويتر بطريقة تهدف إلى تضليل أو إرباك أو خداع الآخرين أو تقوم بالفعل بذلك. طالع المزيد حول سياسة انتحال الشخصية الخاصة بنا: https://support.twitter.com/articles/18366

المحتوى الرسومي

لا يجوز لك استخدام وسائط صور إباحية أو عنف مفرط في صورة الملف الشخصيّ الخاص بك أو صورة رأس الصفحة. وقد يسمح تويتر ببعض أشكال المحتوى الرسومي (الجرافيكي) في التغريدات التي تم تحديد أنها وسائط حساسة:
https://support.twitter.com/articles/20069937 وعندما يتجاوز المحتوى الحد إلى صور لا مبرر لها عن أموات، فقد يطلب تويتر إزالة المحتوى احترامًا للمُتوفى.

الاستخدام غير المشروع

لا يجوز لك استخدام خدماتنا لأي أغراض غير مشروعة أو دعمًا لأنشطة غير قانونية. ويوافق المستخدمون الدوليون على الامتثال لجميع القوانين المحلية المتعلقة بالسلوك عبر الإنترنت والمحتوى المقبول.

آليات وأدوات الإبلاغ

آليات الإبلاغ

يعمل تويتر بجد بالغ لحماية تجارب المستخدمين، ونحن نبذل دومًا ما في وسعنا لضمان حصول المستخدمين على الدعم الذي يحتاجونه. وتحقيقًا لهذه الغاية، نقدم لك أدوات وضوابط للمستخدم وآليات إبلاغ قوية لمساعدتك على البقاء آمنًا، فضلاً عن التحكم في المحتوى الذي تود أن تراه، إلى جانب الاستمتاع بتجربة إيجابية تمامًا أثناء استخدام تويتر.

إننا نشجع المستخدمين على إبلاغنا عن الحسابات التي قد تخرق قوانينا. ويمكنك القيام بذلك من خلال صفحات الدعم الموجودة في مركز المساعدة لدينا أو من خلال آلية الإبلاغ في التغريدة من خلال النقر على الخيار "Report a Tweet" (الإبلاغ عن تغريدة). وتتم مراجعة كل عملية إبلاغ يدويًا من قِبل فرقنا من الموظفين المدربين.

إننا أتحنا ميزة إبلاغ المتفرجين، مما يعني أنه يمكنك تقديم إبلاغ نيابةً عن مستخدم آخر. ويمكن القيام بهذا الآن للإبلاغ عن المعلومات السرية وانتحال الشخصية أيضًا.

كما يمكنك الإبلاغ عن العديد من التغريدات في الحال من خلال خاصية الإبلاغ عن تغريدات متعددة، والتي تتيح للمستخدمين الإبلاغ عما يصل إلى خمس تغريدات في الوقت نفسه: https://blog.twitter.com/2016/report-multiple-tweets-in-a-single-report

إذا كنت تشعر بأنه ينبغي لفت انتباه فريق تويتر لصورة أو فيديو ما للمراجعة، فيمكنك إبلاغنا عن الوسائط من خلال النقر فوق الرابط "Flag media" (الإبلاغ عن وسائط) أسفل الصورة.

الأدوات

يمكنك أيضًا استخدام خاصية الحظر لوقف مستخدم آخر من متابعتك أو الإشارة إليك في الصور أو الوصول إلى تغريداتك. ولن تظهر أي ردود أو إشارات من مستخدم محظور في علامة تبويب الإشارات. ويمكنك قراءة المزيد عن هذا التغيير هنا:
https://blog.twitter.com/2014/building-a-safer-twitter. قمنا أيضا بالفصل بين خاصتي الحظر والإبلاغ، مما يجعل الأمر أسهل للمستخدم لتحديد أحد هذه الخيارات. كما يتوفر للمستخدمين خيار إخفاء تغريدات أي مستخدم من الخط الزمني دون حظرهم، وذلك باستخدام خاصية الكتم.

مشاركة قائمة الحظر مع الآخرين

يمكنك مشاركة قائمة الحظر مع الآخرين عن طريق تصديرها إذا أرادوا حظر نفس قائمة الحسابات.

لتصدير قائمة الحظر الخاصة بك:

1. انتقل إلى "إعدادات الحساب المحظور" على twitter.com.
2. في أعلى قائمة الحظر لديك، انقر فوق "All" (الكل) لتصدير قائمة الحظر الخاصة بك بالكامل. انقر فوق "Imported" (المستورد) لتصدير قائمة (قوائم) الحظر التي قمت باستيرادها.
3. انقر فوق القائمة المنسدلة "Advanced options" (خيارات متقدمة).
4. حدد "Export your list" (تصدير قائمتك).
5. أكد الحسابات التي ترغب في تصديرها.
6. انقر فوق "Export" (تصدير) وسيتم تنزيل ملف csv. إلى جهاز الكمبيوتر الخاص بك، ويمكنك مشاركة الملف مع مستخدمي تويتر الآخرين. وإذا تجاوزت قائمة الحظر الخاصة بك 5000 حساب، فسيتم تقسيم قائمتك إلى ملفات متعددة.

ملاحظة: يتضمن ملف التصدير مُعرِّف مستخدم لكل حساب في القائمة. ولا يتضمن أي معلومات أخرى عن المستخدمين في القائمة.



استيراد قائمة الحظر الخاصة بشخصٍ آخر

من خلال استيراد قائمة حظر مستخدم آخر، يمكنك حظر قائمة الحسابات نفسها.

لاستيراد قائمة حظر:

1. تأكد من أن الملف الذي تمت مشاركته معك هو ملف بتنسيق csv. واحفظه على جهاز الكمبيوتر الخاص بك.
2. انتقل إلى "إعدادات الحساب المحظور" على twitter.com.
3. انقر فوق القائمة المنسدلة "Advanced options" (خيارات متقدمة).
4. حدد "Import a list" (استيراد قائمة).
5. في النافذة المنبثقة، انقر فوق "Attach a file to upload" (إرفاق ملف للتحميل) وابحث عن الملف csv. انقر فوق "Open" (فتح) لاستيراد القائمة.
6. سيتم عرض اسم الملف عند استيراد الملف بنجاح.
7. انقر فوق "Preview" (معاينة). سيتم عرض قائمة الحسابات. ويمكنك إلغاء تحديد أي حسابات لا ترغب في حظرها (سيتم إلغاء تحديد الحسابات التي تتابعها حاليًا تلقائيًا).
8. انقر فوق "Block" (حظر) للتأكيد.
9. ستتم إضافة الحسابات المستوردة إلى قائمة الحظر.

الكتم

يتمع المستخدمون أيضًا بخيار كتم الحسابات والكلمات المفتاحية والعبارات والمحادثات بأكملها. ويمكنك أيضًا تحديد المدة التي يتم فيها كتم هذا المحتوى - يوم واحد أو أسبوع واحد أو شهر واحد أو إلى أجل غير مسمى. ولكتم شخص ما، يمكنك الانتقال إلى ملفه الشخصي أو ببساطة النقر على أحد تغريداته، ومن ثم النقر فوق الزر ... وتحديد الخيار "كتم". وعند كتمه، لن تسمع منه مرة أخرى.

إعدادات التنبيهات

هل لا تريد أن ترى تنبيهات من الجميع؟ يمكنك جعل التنبيهات مقتصرة على الأشخاص الذين تتابعهم فقط على الهاتف المحمول وعلى twitter.com. ببساطة شغله إذا كنت ترغب في تجربته. وإذا لم ترغب في ذلك، فلا تقلق - سوف تستمر تجربة تويتر الفردية الخاصة بك دون تغيير. وهناك أيضًا خيارات التصفية المتعلقة بتنبيهاتك لمنحك المزيد من التحكم فيما تشاهده من أنواع معينة من الحسابات، مثل تلك التي لا تحتوي على صورة ملف شخصي أو عناوين بريد إلكتروني أو أرقام هواتف غير متحقق منها.

عامل تصفية الجودة

يمكن لعامل التصفية (الفلتر) هذا تحسين جودة التغريدات التي تشاهدها باستخدام مجموعة متنوعة من الإشارات، مثل أصل الحساب والسلوك. ويؤدي تشغيله إلى تصفية المحتويات ذات الجودة الأقل، مثل التغريدات المكررة أو المحتوى الذي يبدو آليًا، من التنبيهات والأجزاء الأخرى لتجربة تويتر الخاصة بك. ولا يعمل هذا على تصفية المحتوى الصادر من الأشخاص الذين تتابعهم أو الحسابات التي تفاعلت معها مؤخرًا - ويمكنك، حسب تفضيلاتك، تشغيله أو إيقافه من إعدادات التنبيهات الخاصة بك.

آمان الحساب — نحن هنا لنقدم المساعدة

من المهم الحفاظ على أمان حسابك. اضبط إعدادات حسابك على twitter.com/settings لتوفير الحماية القصوى لحسابك:

اختيار كلمة مرور قوية

نوصي باستخدام كلمة مرور تحتوي على 20 حرفًا على الأقل. وينبغي أن يتم تكوينها إما عشوائيًا أو من سلسلة عشوائية من الكلمات. ولا تستخدم كلمات مثل تويتر أو اسمك في كلمة المرور، واختر كلمة مرور فريدة لكل موقع ويب وجهاز تستخدمه، ويكون محميًا بكلمة مرور. إذا كنت تحتاج إلى وصول عدة أشخاص إلى الحساب نفسه، ففكِّر في استخدام ميزة "الفِرَق" الموجودة بتطبيق TweetDeck.

استخدام عنوان بريد إلكتروني آمن

استخدم حملة أو عنوان بريد إلكتروني آخر يُدار بشكل خاص بدلاً من خدمة عامة مثل Gmail أو Yahoo Mail للحد من خطر اعتراض رسائل البريد الإلكتروني وتهديد أمانك. وإذا كنت تستخدم موفر بريد إلكتروني مجانيًا ومتاحًا على نطاق واسع، فاستخدم احتياطات مثل المصادقة ثنائية العوامل.

تعزيز إعدادات الأمان الخاصة بك

بدلاً من الاعتماد على كلمة مرور فقط، توفر ميزة التحقق من تسجيل الدخول تحققًا ثانيًا للتأكد من أنك وحدك الذي يمكنك الدخول إلى حسابك على تويتر. وبعد تمكين هذه الميزة، ستحتاج إلى كلٍ من كلمة المرور الخاصة بك وجهاز محمول محدد لتسجيل الدخول إلى حسابك. ويمكنك أيضًا تغيير إعداداتك لتسهيل تسجيل الدخول لعدة مستخدمين من خلال تمكين تسجيل الدخول باستخدام كلمة مرور أو استخدام رمز، بدلاً من ذلك.

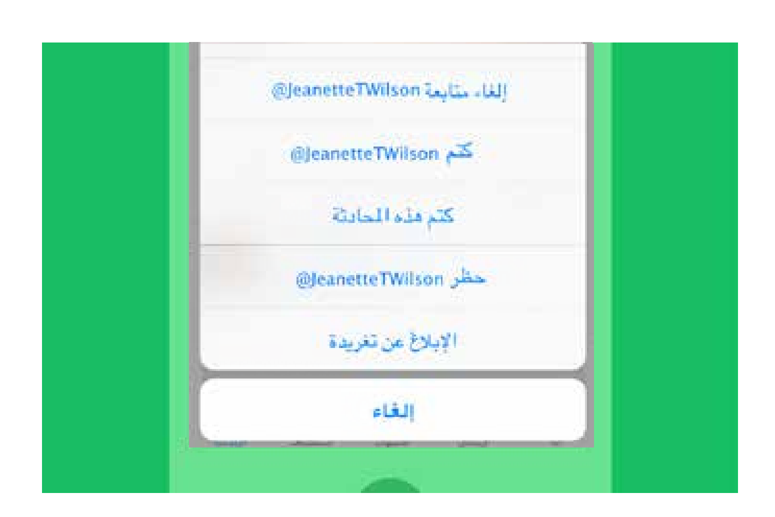
طلب معلومات شخصية لإعادة تعيين كلمة المرور
عادةً يمكنك إعادة تعيين كلمة مرور ببساطة عن طريق إدخال اسم المستخدم والنقر فوق رابط تأكيد يتم إرساله عن طريق البريد الإلكتروني. لمزيد من الأمان، يمكنك تحديد المربع "require personal information" (طلب معلومات شخصية) في إعداداتك. ومن خلال تمكينه، سيتعين أن تكون طلبات إعادة التعيين مصحوبة بعنوان البريد الإلكتروني أو رقم الهاتف الخاص بك إذا كنت قد نسيت كلمة المرور أو تحتاج إلى تغييرها.

هل نسيتَ كلمة المرور؟
هذا الأمر يحدث للجميع! انتقل إلى هذا الرابط لتجد جميع المعلومات التي تحتاج إليها للدخول مجددًا إلى حسابك:
https://support.twitter.com/articles/14663

أدوات تويتر

تم تصميم أدوات تويتر وعناصر تحكم المستخدم لمساعدتك على البقاء في أمان والتحكم والاستمتاع بتجربة إيجابية أثناء استخدام تويتر.

الكتم
في بعض الأحيان، يمكن أن يؤدي تجاهل المستخدم إلى إنهاء مشاحنة ببساطة. فالمستخدمون الذين يسيئون الاستخدام غالباً ما يفقدون الاهتمام بمجرد ادراكهم أنك لن تستجيب. ويمكنك إخفاء تغريدات المستخدم من الخط الزمني الخاص بك دون حظره باستخدام خاصية الكتم. وستظهر أيقونة كتم حمراء تكون مرئيةً لك فقط في ملفه الشخصي، ويبقى هذا الوضع قائمًا إلى أن يتم إلغاء الكتم.



الحظر
استخدم خاصية الحظر لإيقاف متابعة مستخدم ما لك أو الإشارة إليك في صور أو الدخول إلى تغريداتك. ولن تظهر أي ردود أو إشارات من مستخدم محظور في علامة تبويب الإشارات (على الرغم من أن هذه التغريدات قد تظل تظهر في البحث).

الإبلاغ
لإبلاغ تويتر عن محتوى ما، انقر فوق الخيار "الإبلاغ عن تغريدة" الموجود في كل تغريدة أو املأ أحد النماذج الموجودة عبر الإنترنت في مركز تويتر للمساعدة (support.twitter.com/forms) لإرسال رسالة إلى فريق Trust & Safety لدينا المدرب تدريبًا عاليًا.

حماية تغريداتك
إذا أردتَ التحكم في من يرى تحديثاتك، فيمكنك اختيار حماية تغريداتك، والتي لن تكون مرئية إلا للمتابعين الذين توافق عليهم فقط. وعلى غرار المواقع الاجتماعية الأخرى، يمكن للمستخدمين الذين لديهم حسابات محمية الموافقة على طلبات من مستخدمين آخرين لمتابعة حساباتهم على أساس كل حالة على حدة. بالإضافة إلى ذلك، يمكن للمستخدمين الذين تمت الموافقة عليهم فقط عرض تغريدات على حساب محميّ أو البحث عنها. ويؤدي اختيار حساب محميّ إلى منع المتابعين غير المرغوب فيهم من عرض المحتوى.

إلغاء المتابعة
يمكن للمستخدمين إلغاء متابعتهم للآخرين إذا لم يعودوا يرغبون في مشاهدة تغريدات هذا الشخص في الخط الزمني لصفحتهم الرئيسية. وسيظل بإمكانك مشاهدة تغريدات المستخدم من خلال زيارة ملفه الشخصي، وذلك ما لم تكن تغريداته محمية. ويمكنك إلغاء متابعة مستخدمي تويتر من قائمة المتابعين لك ومن صفحة الملف الشخصي للمستخدم أو عن طريق رسالة نصية قصيرة/ رسالة نصية. لاحظ أنه يترتب على قيام أي شخص بالإبلاغ عن حساب آخر كرسائل مزعجة إلغاء متابعته تلقائيًا.



الإبلاغ عن الوسائط
إذا كنت تعتقد أنه ينبغي عليك لفت انتباه فريق تويتر لمراجعة صورة أو مقطع فيديو ما، فيرجى الإبلاغ عن ذلك عن طريق النقر فوق زر "المزيد" ••• الموجود أسفل الصورة.

يمكنك أيضًا تسمية الوسائط الخاصة بك للمشاهدين المناسبين وتحديد من ستظهر وسائطه على الخط الزمني الخاص بك. ونحن نطلب من المستخدمين تحديد تغريداتهم على أنها "حساسة" إذا كانت تحتوي على محتوى مثل العري أو العنف أو الإجراءات الطبية.

يتطلب الإعداد الافتراضي للوسائط الحساسة من مستخدمي تويتر النقر عبر رسالة تحذير قبل عرض المحتوى. ويمكن لأي شخص يفضل إزالة هذا الحاجز الوقائي القيام بذلك عن طريق تغيير إعدادات الحساب الخاصة به.

دليل إبلاغ تويتر

كيفية تقديم إبلاغ

1. انتقل إلى https://support.twitter.com
2. بالنسبة إلى المشكلات المتعلقة بالحساب والمسائل المتعلقة بالمزايا، حدد **إصلاح مشكلة**. ويقدم هذا القسم حلولاً للمشكلات الشائعة حول تسجيل الدخول وإدارة الحساب واستخدام ميزات أخرى على تويتر.



3. بالنسبة إلى المعلومات المتعلقة بانتهاكات السياسات، حدد **السياسات والإبلاغ**. وهذا القسم يحتوي على جميع سياسات تويتر ويوضح كيفية الإبلاغ عن الانتهاكات.
4. انتقل إلى القسم الذي يصف المشكلة التي واجهتها على النحو الأمثل. سيؤدي النقر فوق أي قسم إلى إرشادك من خلال نموذج الإبلاغ. لإكمال النموذج، قدِّم جميع المعلومات الضرورية التي يطلبها، مثل معلومات جهة الاتصال ووصف موجز لهذه المشكلة.



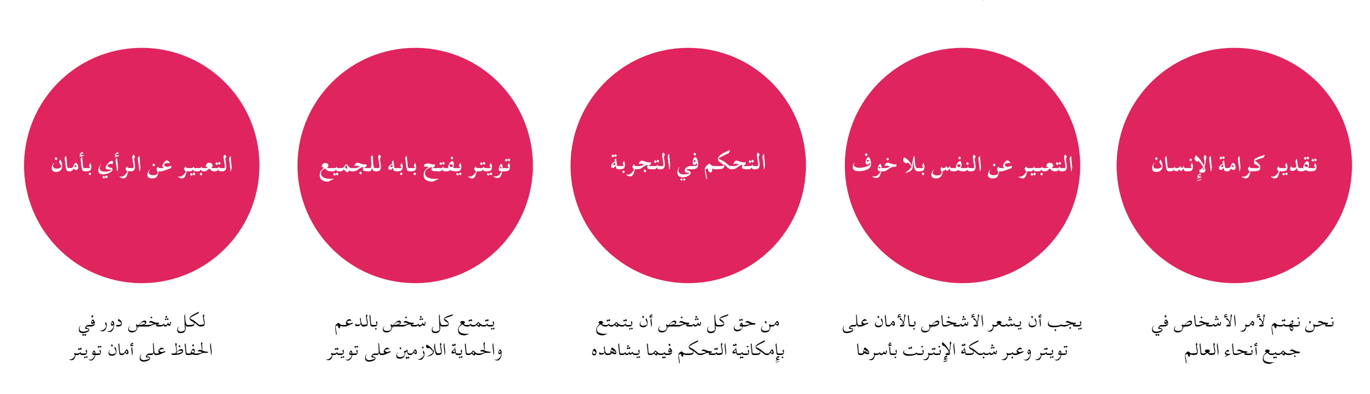
5. يرسل لك تويتر تلقائيًا رسالة تأكيد إلكترونية تحتوي على رقم الحالة إلى العنوان الوارد في النموذج.
6. يراجع متخصص من تويتر المشكلة.
7. عند التوصل إلى قرار أو لطلب مزيد من المعلومات، سيتواصل تويتر معك.



سياستنا تجاه السلوك الذي يحضّ على الكراهية

فلسفتنا

ننظر إلى حريّة التعبير باعتبارها أحد حقوق الإنسان. فلكل إنسان رأيه الخاص، وله كامل الحرية في التعبير عنه. ونأخذ على عاتقنا ضمان شعور الأشخاص بالأمان عند التعبير عن آرائهم واعتقاداتهم على تنوعها. كما أن لدينا 5 مبادئ مستوحاة من المبادئ المنصوص عليها في "الإعلان العالمي لحقوق الإنسان" وهي معدّة خصيصًا لتكون بمثابة دليل لنا أثناء العمل على إنشاء منصة آمنة للتعبير عن الرأي.



تحديثات على السياسات وآليات التطبيق

نحن بصدد تعزيز آليات الإبلاغ والتطبيق والدعم فيما يتعلق بمشكلات السلوكيات التي تحضّ على الكراهية. **سيظل تويتر دائمًا ملاذًا آمنًا للتعبير عن الرأي، ومع ذلك فإننا نضع حداً للسلوك الذي يهدف إلى تكميم أفواه الآخرين.**

1. الإبلاغ والتطبيق

لقد أنشأنا خياراً جديداً للسلوك الذي يحضّ على الكراهية ضمن خطوات الإبلاغ، وذلك بهدف تيسير إبلاغنا بأي سلوك يحضّ على الكراهية. علاوة على ذلك، قمنا بزيادة أنواع الإبلاغات التي يُمكننا معالجتها ليتمّ تضمين مزيد من إبلاغات المتفرجين، الأمر الذي يساعد بدوره في رفع العبء عن كاهل الشخص الذي يتعرّض للإساءة، ويعمل على نشر ثقافة الدعم الجمعي على منصتنا.

2. فرق الدعم

لقد أعدنا تدريب فرق الدعم التابعة لنا على جوانب السياسات المشار إليها، حيث شمل ذلك جلسات خاصة تدور حول السياق الثقافي والتاريخي التاريخي للسلوك الذي يحضّ على الكراهية، كما نفذنا برنامجاً متواصلاً لصقل المعلومات. كما قمنا أيضاً بتحسين أدواتنا وأنظمتنا الداخلية حتى يتسنى لنا التعامل بفاعلية أكبر مع هذا النوع من المحتوى عند إبلاغنا به.



كتم كلمات في الخط الزمني

كتم كلمات من التنبيهات والخط الزمني للصفحة الرئيسية

يمكنك كتم كلمات أو عبارات أو أسماء مستخدمين أو رموز تعبيرية أو وسوم من كل من التنبيهات الخاصة بك والخط الزمني لصفحتك الرئيسية، ولمدة محددة من الزمن.

1 انقر فوق "Muted words" (الكلمات المكتومة).

2 انقر فوق الكلمة التي تريد تحديثها، أو اضغط على الزر "Add" (إضافة) لإدخال كلمة جديدة.

3 حدد المكان الذي تريد كتم الكلمة منه ومدة كتمها.

4 حدد المدة الزمنية التي تريد كتم الكلمة خلالها.





التفاصيل

- يمكنك أن تحدد مقدار المدة التي تريد كتم المحتوى خلالها: 24 ساعة، 7 أيام، 30 يومًا، إلى الأبد
- لديك الخيار لكتم المحتوى من: كل من التنبيهات والخط الزمني، أو من واحد فقط دون الآخر
- سيظل بإمكانك العثور على هذا المحتوى في نتائج البحث
- سيُكتَم المحتوى أيضاً في الردود الواردة في تفاصيل التغريدة



تصفية أنواع الحسابات التي تتلقى تنبيهات منها

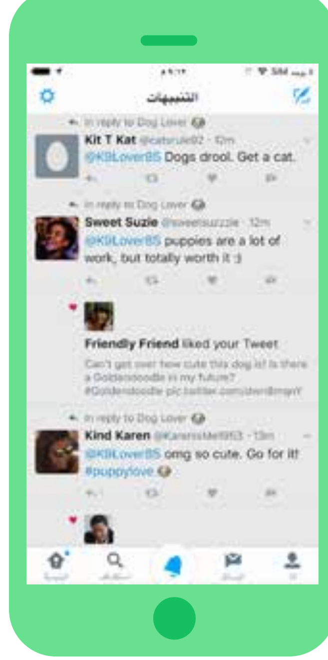
تتيح عوامل تصفية التنبيهات للمستخدمين إمكانية التحكم في أنواع الحسابات التي يتلقون تنبيهات منها في الخط الزمني للتنبيهات الخاصة بهم.

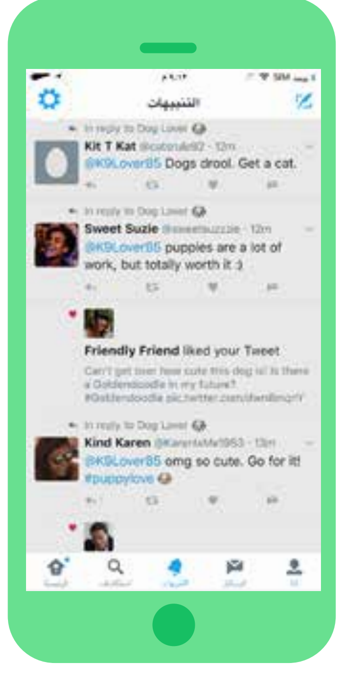
1 انتقل إلى التنبيهات.

2 انقر فوق ⚙ في الجانب العلوي الأيسر.

3 انقر حتى تنتقل إلى "Advanced filters" (عوامل التصفية المتقدمة).

4 حدد التنبيهات التي تريد كتمها.







التفاصيل

- ستتمكن من إيقاف استقبال التنبيهات من الحسابات التي لا تتابعها، والحسابات التي بها صورة أفاتار افتراضية، والحسابات ذات البريد الإلكتروني غير المتحقق منه، والحسابات ذات الهاتف غير المتحقق منه.
- كل عوامل التصفية هذه اختيارية وتستثني المستخدمين الذين تتابعهم.
- تؤثر عوامل تصفية التنبيهات على كل من تبويب/الخط الزمني للتنبيهات والتنبيهات الفورية.



جعل تنبيهات المحادثات أكثر ملاءمة

بدايةً من هذا الأسبوع، عندما تحظر حسابات لا تتابعها أو تكتمها، ستُكتَم المحادثات التي بدأتها تلك الحسابات. ونتيجة لذلك، فلن تتلقى بعد ذلك تنبيهات بخصوص الردود على هذه الحسابات التي تشير إليك. ولكن، ستظل تتلقى تنبيهات إذا أشار إليك مستخدمون تتابعهم في تلك المحادثات.

بخصوص المستخدمين الذين يريدون رؤية جميع الرسائل المُوجَّهة إليهم –

على الهاتف المحمول:

1. انقر فوق "Explore" (استكشاف) وابحث عن اسم المستخدم الخاص بك
2. بعد كتابة اسم المستخدم الخاص بك، اضغط على "بحث"
3. انقر فوق Latest (الأحدث)

على الويب:

1. ابحث عن اسم المستخدم الخاص بك
2. حدد إعدادات البحث في ⋮
3. أزل علامة تحديد الخيار "Remove blocked and muted accounts" (إزالة الحسابات المحظورة والمكتومة)

ما الذي يتغير؟

قبل ذلك:

1. تحظر سارة ديف لإساءته إليها
2. يبدأ ديف محادثة عن سارة
3. يرى الآخرون تغريدات ديف ويشتركون في المحادثة التي بها تغريدات تنطوي على مضايقات
4. رغم أن سارة لا ترى تغريدات ديف، فإنها تتلقى مئات التنبيهات الناتجة عن المحادثة التي بدأت بتغريدة ديف
5. ترى سارة كمًا هائلاً من التنبيهات التي تتضمن مضايقات مستهدفة

بعد ذلك:

1. تحظر سارة ديف لإساءته إليها
2. يبدأ ديف محادثة عن سارة
3. ينضم مانويل إلى المحادثة؛ وتتابع سارة مانويل
4. تتلقى سارة تنبيهات يُشار إليها فيها من الأشخاص الذين تتابعهم فقط في تلك المحادثة، مثل مانويل
5. بذلك تستطيع سارة أن تركز على المحادثات التي تهمها أكثر

إرشادات لمجتمع Periscope

تتناول إرشادات مجتمع Periscope القيود الواضحة للمحتوى على هذه المنصة. ويهدف Periscope لأن يكون مكانًا مفتوحًا وآمنًا. وفي سبيل الحفاظ على منصتنا سليمة ومزدهرة، لا يُسمح بالمحتوى الرسومي غير المتحفظ. ويتضمن هذا المحتوى، على سبيل المثال لا الحصر، أوصافًا وصورًا تتعلق بإساءة معاملة الأطفال أو إساءة معاملة الحيوانات أو الأذى الجسدي. وتطبيق Periscope ليس مصممًا ليشتمل على محتوى يهدف إلى التحريض على العنف أو يتضمن تهديدًا مباشرًا بالعنف تجاه الآخرين. إن جعل Periscope مكانا آمنًا لمجتمعنا يمثل أولوية قصوى لفريقنا، ونحن نعمل بجد لمنع ظهور محتوى غير ملائم على منصتنا.

الإبلاغ

يحتوي مركز مساعدة Periscope على إرشادات للإبلاغ عن المحتوى غير اللائق. وإذا قابل المستخدم محتوى غير لائق على Periscope، فإننا نشجعه على الإبلاغ عن هذا البث مباشرةً من خلال التطبيق. وعند مشاهدة بث على نظام التشغيل iOS أو Android، حدد رمز النقاط الثلاث بجوار حقل التعليق (اكتب شيئاً ...) وانقر فوق الزر "Report Broadcast" (الإبلاغ عن بث). على شبكة الويب، يمكنك الإبلاغ عن بث من خلال تحديد الأيقونة 'i' بجوار حقل التعليق للكشف عن عنوان البث، ثم النقر فوق أيقونة علامة التعجب بجوار العنوان. وهذا سوف ينبه فريقنا فورًا بالمحتوى الحساس.

الأدوات

اعتدال التعليقات

أطلقت Periscope أيضًا مؤخرًا ميزة اعتدال التعليقات التي حظيت بثناء كلٍ من الهيئات العاملة في هذا المجال وهيئات المجتمع المدني على حدٍ سواء. والهدف من هذا النظام هو تمكين مجتمعنا من الإبلاغ والتصويت بشأن التعليقات التي يعتبرونها رسائل مزعجة أو إساءة استخدام.

إليك طريقة عملها:

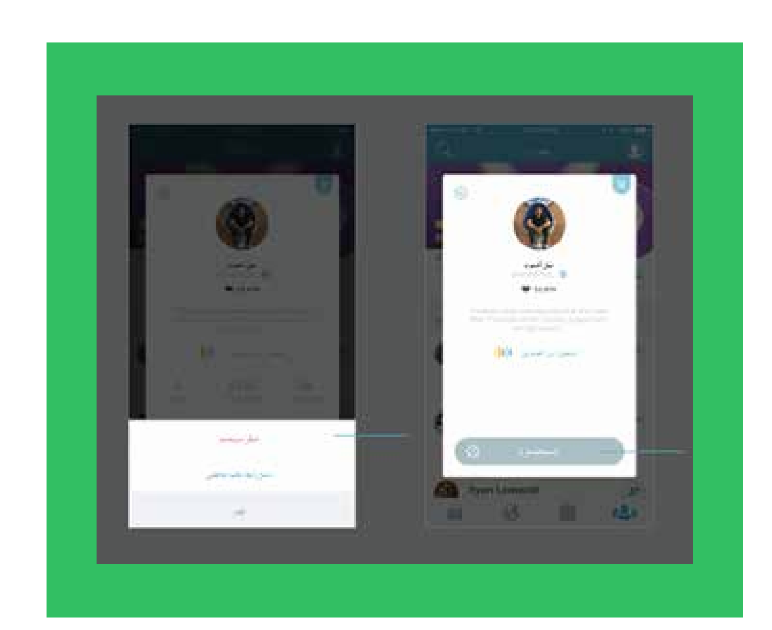
1. أثناء البث، يمكن للمشاهدين الإبلاغ عن التعليقات كرسائل مزعجة أو إساءة استخدام. ولن يرى المشاهد الذي يقوم بالإبلاغ عن التعليق بعد ذلك رسائل من ذلك المعلق لما تبقى من البث. وقد يحدد النظام أيضًا العبارات التي يتم الإبلاغ عنها بشكل شائع.
2. عند الإبلاغ عن تعليق، يتم اختيار عدد قليل من المشاهدين بشكل عشوائي للتصويت على ما إذا كانوا يعتقدون أن التعليق مزعج أم إساءة استخدام أم لا بأس به.
3. تظهر نتيجة التصويت لمن قاموا بالتصويت. وإذا صوتت الأغلبية بأن التعليق هو محتوى مزعج أو إساءة استخدام، فسيتم إخطار المعلِق بأن قدرته على الدردشة في البث تم تعطيلها مؤقتًا. وتكرار الإساءة سوف يؤدي إلى تعطيل الدردشة لذلك المعلِق خلال الفترة المتبقية من البث.

لقد قمنا بتصميم هذا النظام ليكون خفيفًا للغاية — العملية برمتها المذكورة بالأعلى ستستمر بضع ثوانٍ فقط. ومع ذلك، إذا لم يرغب المستخدمون في المشاركة، فيمكن لمذيعي البث أن يختاروا عدم تمكين خاصية اعتدال البث، ويمكن للمشاهدين أن يمتنعوا عن التصويت من إعداداتهم.

يعمل هذا النظام جنبًا إلى جنب مع الأدوات الأخرى التي لدينا بالنسبة لمجتمعنا. ولا يزال بإمكانك الإبلاغ عن المضايقات المستمرة أو إساءة الاستخدام، وحظر الأشخاص وإزالتهم من عمليات البث الخاصة بك، إلى جانب تقييد التعليقات على الأشخاص الذين تعرفهم.

الدردشة مع الأصدقاء فقط

يتوفر لدى المذيعين أيضًا خيار تبديل الزر "Only users you follow can chat" (إمكانية الدردشة بالنسبة للمستخدمين الذين تتابعهم فقط) قبل بدء البث المباشر. وتهدف هذه الميزة إلى إضافة طبقة إضافية من سلامة الدردشة للمذيع.



الحظر

كمذيع، لديك القدرة على اختيار تعليق تم إبداؤه في البث الخاص بك وحظر المستخدم. ومع ذلك، كمشاهد للبث يكون لديك فقط الخيار للإبلاغ عن التعليق. وإذا كنت ترغب في حظر ذلك المستخدم، فيجب عليك تحديد صورة الملف الشخصي الخاص به، وتحديد أيقونة الترس في الزاوية اليُسرى العليا، ثم تحديد حظر.

#تواصل
#حَفِّز
#شارك

